

Міністерство освіти і науки України
Національний технічний університет
«Дніпровська політехніка»

Інститут електроенергетики
Електротехнічний факультет

Кафедра перекладу

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА

кваліфікаційної роботи ступеню бакалавра

студента Шеніна Олександра Андрійовича

(ПІБ)

академічної групи Б-ТП-15

(шифр)

напряму 6.020303 «Філологія»

спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему: Неологізми в англомовних ЗМІ: моделі утворення та функціонування

Керівники	Прізвище, ініціали	Оцінка за шкалою		Підпис
		рейтинговою	інституційною	
кваліфікаційної роботи	доц. Висоцька Т.М.			
розділів:				
Рецензент				
Нормоконтролер	доц. Бойко Я.В.			

Дніпро
2019

ЗАТВЕРДЖЕНО:завідувач кафедри
перекладу

_____ Введенська Т.Ю.

«_____» _____ 2019 року

**ЗАВДАННЯ
на кваліфікаційну роботу
ступеню бакалавра**студенту **Шеніна Олександра Андрійовна** академічної групи **Б-ТП-15**
(прізвище та ініціали) (шифр)напряму **6.020303 «Філологія»**
спеціалізації _____

за освітньо-професійною програмою _____

на тему: **Неологізми в англомовних ЗМІ: моделі утворення та функціонування**

затверджену наказом ректора НТУ «Дніпровська політехніка» від 26.04.2019 № 692-л

Розділ	Зміст	Термін виконання
Розділ 1	Утворення та розвиток неологізмів у текстах засобів масової інформації	25.12.18
Розділ 2	Особливості перекладу неологізмів у англомовних текстах публіцистичного стилю засобами української мови	01.05.19

Завдання видано

_____ (підпис керівника)

_____ (прізвище, ініціали)

Дата видачі 15 жовтня 2018**Дата подання до екзаменаційної комісії** 10 червня 2019**Прийнято до виконання**

_____ (підпис студента)

_____ (прізвище, ініціали)

ЗМІСТ

ВСТУП.....	4
РОЗДІЛ I. Утворення та розвиток неологізмів у текстах засобів масової інформації.....	7
1.1. Поняття неологізму у сучасній лінгвістиці.....	7
1.2. Національно-культурна специфіка нової лексики.....	17
1.3. Засоби масової інформації як джерело нової лексики.....	23
1.4. Особливості утворення неологізмів у англійській мові.....	27
Висновки до 1 розділу.....	32
РОЗДІЛ II. Особливості перекладу неологізмів у англомовних текстах публіцистичного стилю засобами української мови.....	34
2.1. Проблеми перекладу мови засобів масової інформації.....	34
2.2. Засоби перекладу англійських неологізмів у текстах мови засобів масової інформації та їх відтворення в українській публіцистиці.....	38
2.3. Особливості процесів перекладу англомовних неологізмів українською мовою.....	46
Висновки до 2 розділу.....	58
ВИСНОВКИ.....	59
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	61

ВСТУП

Актуальність дослідження. Інноваційні процеси ХХІ століття внесли свої корективи в мовну систему. Найбільш яскраві такі зміни відбилися на лексичному рівні. Лексика – унікальний мовний матеріал для дослідження, завдяки якій можна побачити як стан суспільства, так і стан свідомості і мислення його членів.

Поповнення, оновлення лексичного складу мови здійснюється за рахунок появи нових слів або нових значень слова, створення яких обумовлено змінами в об'єктивній дійсності. Суспільство завжди прагне знайти засоби для номінації нових реалій.

Поповнення мови - процес закономірний: у кожній мові закладено потенціал для його вдосконалення і збагачення. Шляхи поповнення лексичного складу можна розділити на зовнішні і внутрішні. До зовнішніх відносяться запозичення; до внутрішніх - утворення нових лексичних одиниць на базі рідної мови за допомогою існуючих способів словотворення. Поява нового слова являє собою результат протистояння тенденцій до зміни мови з одного боку, і тенденцій до її збереження з іншого. В силу необхідності адекватного вираження нових ідей, змін в суспільстві мова змушена породжувати нові одиниці.

Науково-технічний прогрес спричинив за собою вагомий пласт нових слів. Основний обсяг виникнення лексичних новоутворень припадає на сферу засобів масової інформації (ЗМІ). Активний розвиток ЗМІ завжди відбивається на лексиці. У центрі уваги, таким чином, виявляється слово. Сьогодні існує проблема номінації в публіцистичному тексті. Дана проблема привертає увагу вчених в області філософії, лінгвістики, журналістики, психології, соціології, для яких слово є об'єктом наукового дослідження. Відзначається пряма залежність: зростання інтересу зі збільшенням обсягу інформаційного середовища, медіатованої реальності, в яку все більше занурюються люди в якій світ представлений функціонуванням слів.

Проблема мовної номінації привела до появи так званої «мовної моди» в публіцистиці. Така мода розглядається в прагненні досамовираження «автора», його індивідуальності.

З метою вивчення нових слів в лексикології виділяється спеціальний розділ - неологія, який характеризується «конотацією новизни» [20].

Основний термін неології - неологізм. Неологізми (від грец. neos - новий, logos - слово) - «слова і словосполучення, створені для позначення нових явищ дійсності, нових предметів або понять» [29].

Як вже зазначалося вище, лексичний рівень мови є найбільш гнучким. Він формує лексичне макрополе сучасної англійської мови. Тут неологізми виступають конституюнтами.

Неологізми активно функціонують в мові. Створюють ефект новизни до тих пір, поки поняття не стануть звичними і зрозумілими. У зв'язку з цим вони привертають увагу слухача, читача. З огляду на цю особливість, журналісти впроваджують такі лексеми в тексти ЗМІ. Лінгвісти в свою чергу використовують тексти ЗМІ як джерело нових слів для подальшого аналізу.

Інтерес до вивчення причин появи нових слів, закономірностей та аномалій їх утворення не слабшає протягом багатьох десятиліть. Проблеми неологізмів вивчалися багатьма вітчизняними та зарубіжними лінгвістами: В.Г. Гаком, О.Д. Мешковим, В.І. Заботкіною, Р.А. Будаговим, Л.А. Хахам, Є.Р. Розен, Г.Н. Алієвою, Т.В. Максимовою, Ю. А. Мурадян, Л. Гильбером, Д. Крісталом, С. Л. Катлером та ін. Однак, вивчення неологізмів, що формалізують реалії засобів масової інформації, досі є актуальним.

Об'єкт дослідження - неологізми в англійських ЗМІ.

Предметом є моделі утворення та особливості функціонування неологізмів.

Метою дослідження є вивчення неологізмів англійської мови в англійських ЗМІ.

Для досягнення поставленої мети вирішуються наступні завдання:

- 1) визначити поняття неологізми у сучасній лінгвістиці;
- 2) визначити характерні риси неологізмів;
- 3) охарактеризувати англомовні ЗМІ як джерело нової лексики;
- 4) описати основні моделі утворення неологізмів в англомовних ЗМІ;
- 5) окреслити особливості її функціонування;
- 6) визначити засоби перекладу англійських неологізмів у текстах мови засобів масової інформації.

Матеріалом дослідження послужили 284 мовних новоутворень, які почерпнуті з сучасних англомовних ЗМІ, орієнтованих на різну цільову аудиторію.

Практичне значення дослідження полягає в тому, що його результати можуть бути використані при читанні лекційних курсів присвячених публіцистичному дискурсу, спецкурсів із словотвору та неології, перекладу в сфері професійної комунікації, а також у викладанні англійської мови, допоможе вчителям англійської мови при навчанні лексики, а саме нових слів, які широко використовуються в ЗМІ.

Реалізація поставлених нами завдань здійснювалася за допомогою таких **методів дослідження**, як: 1) метод лінгвістичного спостереження та опису (прийоми пошуковий, узагальнення, типологізації аналізованого матеріалу); 2) метод статистичного аналізу; 3) метод словотвірного аналізу; 4) метод контекстуального аналізу; 5) метод семантичного аналізу; 6) метод структурного аналізу; 7) метод дефініційного аналізу.

Теоретична новизна роботи полягає у комплексному дослідженні способів утворення неологізмів, визначення їх характерних рис, охарактеризуванні англомовних ЗМІ, як джерело нової лексики.

Структура роботи. Дана робота складається із вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатку.

РОЗДІЛ I. Утворення та розвиток неологізмів у текстах засобів масової інформації

1.1. Поняття неологізму у сучасній лінгвістиці

Неологія як молода та перспективна галузь мовознавства переживає свого роду "неологічний бум". Проте, в ній є наявною низка важливих невирішених проблем. До їхнього переліку відносимо відсутність чіткої термінологічної бази, в тому числі і визначення об'єкту неології - неологізму та самого процесу неологізації, не є встановленими з достатньою чіткістю та прозорістю і критерії до цього.

Як відзначає Л. П. Катлинська, "питання про те, що таке неологізм у власне лінгвістичному смислі, все ж таки залишається відкритим" [21, 7]. Все це, на думку О. В. Сенько [43, 16], дає нам підстави зробити припущення, що неологія – це наука в галузі мовознавства, яка ще "не склалася", а поки що "формується". Це природний закономірний процес. Адже, будь-яка наука не одразу стає готовою, а проходить довгий, складний шлях становлення.

Загальновідомо, що будь-яка наука, яка сформувалася, має свій термінологічний апарат, де кожен термін має єдине, що чітко окреслює його межі, значення. На жаль, цього поки що неможливо сказати про неологічну термінологічну систему, яка рясніє великим розмаїттям позначень, дефініцій. Сам об'єкт неології – нове слово має декілька назв, які об'єднуються загальною семою "нове" в синонімічний ряд: новотвір, неотвір, новація, інновація, нова номінація, неонімація, нове найменування, нововведення, неологізм, неонім, неоверб, неонейм тощо. Одні з перелічених назв є відомими вже давно, інші з'явилися недавно.

Найрозповсюдженим з вищеперелічених термінів є "неологізм", який, до речі, першим почав використовуватися для позначення нового (іншомовного) слова. Цей термін було запозичено з французької мови в XIX

столітті (neologisme – з грецької *neos logos* – нове слово). Здавалось би, виходячи з етимологічного значення цього терміна, неологізмом є будь-яке нове слово, яке з'явилося у мові, тобто, дане поняття належить до переліку найбільш простих і абсолютно ясних. Проте з часом під неологізмом почали розуміти різні нові мовні одиниці. У зв'язку з цим термін "неологізм" значно розширив своє значення і не став задовільняти основній вимозі, що висувається до спеціального найменування, а саме однозначності. Цей факт і поставив його в один ряд з вищеназваними термінами, які тлумачаться в лінгвістичних дослідженнях і словниках зазвичай як повнозначні синоніми, що заміщають один одного.

Поняття "інновація", "новотвір", "нововведення" тлумачаться як абсолютні синоніми. В Радянському енциклопедичному словнику представлено таке тлумачення: "інновація" (лінгв.) – те ж, що й новотвір; "новотвір (інновація) (лінгв.) – нове явище у мові, переважно в галузі морфології, що виникло в даній мові в пізнішу епоху" [18, 493]. Знак рівності між поняттями "нововведення" та "інновація" ставить В. Г. Гак: "Для позначення будь-яких лексико-семантичних нововведень, узуальних чи okazіональних, ми будемо в широкому плані користуватися терміном "інновація" [11,38]. Деякі лінгвісти віддають перевагу одному з названих термінів. В книзі В.Г.Костомарова "Мовний смак епохи" основним терміном, що позначає будь-яке нове слово, є "новотвір", пор.: "Серед новітніх новотворів багато назв осіб..." [26, с.170]. С. В. Ільєсова надає перевагу терміну "інновація": "Під інновацією ми розуміємо нове слово, яке не є зафіксованим в тлумачних словниках" [5, 58].

Існують і інші погляди на нові слова. Р. Ю. Намітокова [33,13] поділяє їх на 2 групи: неологізми та новотвори, протиставляючи їх одне одному. В даному випадку термін "новотвір" у розумінні автора є синонімічним до поняття "оказіоналізм".

Одночасно деякі лінгвісти пропонують розмежувати поняття "неологізм" і "новотвір", вказуючи на наявність у них низки відмінних ознак.

Вони вважають, що відмінності між новотворами та неологізмами полягають в тому, що новотвори виникають у мові як першочергові та єдині поки що назви нових, раніше невідомих понять, а неологізми з'являються як синоніми, які несуть додаткову інформацію, як конотативні відтінки до вже існуючих понять. Нові слова відрізняються також і за причинами їхнього виникнення: у появі новотворів основна роль належить позамовним чинникам, а у виникненні неологізмів взаємодіють інтра- і екстралінгвістичні причини. Різними є темпи переходу нових слів з периферії ближче до центру лексичної системи: новотвори значно швидше проходять цей шлях порівнянні з неологізмами, які повільно (і тільки частина з них, що найточніше відповідає потребам носіїв мови) переміщуються у напрямку до центру лексичної системи.

З даного випливає, що новотвори є стабільнішими у системі мови, а неологізми, навпаки, є нестійкими, можуть легко випадати з мови та переходити в історизми й архаїзми, не встигнувши в ній закріпитися. Різні сфери появи визначають і відповідно різні сфери вживання новотворів і неологізмів, особливо у початковий період їхнього існування, поки вони не отримали всезагального використання [3,150].

Подані тлумачення неологізму не викликають принципового заперечення. Проте, не можна не констатувати невизначеність ознак, на яких ґрунтується виокремлення неологізмів.

Деякі автори, оперуючи достатньо близькими термінами "неологізм", "інновація", "новотвір", прагнуть все ж конкретизувати їхні значення.

Є. В. Розен пропонує всі лексичні нововведення – нові словникові одиниці, нові фразеологізми, нові значення і нові варіанти слововжитку – позначати одним узагальнюючим терміном – "лексичні інновації", а неологізми як узуальні одиниці мови, які вже "усталилися", вважати їх "окремим випадком"; а терміни "новотвір" і "неологізм" повністю взаємозамінюваними. Пор.: "Новотворами прийнято називати неологізми, складені з окремих раніше використовуваних у мові слів і елементів або

їхньої нової комбінації" або "переважна кількість неологізмів є новотворами" [42, 61].

Автори навчального посібника "Неологія і неографія сучасної російської мови" Т. В. Попова, Л. В. Рацибурська, Д. В. Гугунава відзначають, що дані терміни мають різну внутрішню структуру: "Іменник "інновація" використовують для позначення нових явищ на всіх рівнях мови. Субстантив "новотвір" через свою внутрішню форму "нове утворення" вживається або по відношенню до будь-яких інновацій - інновацій будь-яких рівнів мови, або по відношенню до словотвірних неологізмів- однієї з груп нових номінативних одиниць" [13, 8].

Відсутність чіткості у визначенні неологізму як об'єкту неології можна пояснити, на наш погляд, тим, що в лінгвістичній літературі відсутні праці, в яких були б конкретизовані значення і сфера вживання цих термінів. Аналіз новітніх дисертаційних досліджень, монографій, наукових статей з неології показує, що майже кожен дослідник перед тим, як розпочати роботу в цій галузі, опиняється перед вибором: використовувати одне з багатьох існуючих трактувань терміна або запропонувати своє. Тому не випадко в кожній праці зустрічаються формулювання: "В роботі під терміном "неологізм" розуміємо...", або "погоджуючись ... ми розуміємо під неологізмами..." і т.д. Безумовно, один вчений навряд чи впорається із завданням створення чіткого термінологічного апарату. Це можна зробити тільки спільними зусиллями всіх вчених-неологів.

Початком роботи в цьому напрямку можна вважати, на наш погляд, монографію О. В. Сенько "Теоретичні основи неології" [43, 39], в якій автор робить спробу конкретизувати співвідношення між термінами "інновація" і "неологізм" з точки зору "наповнюваності" останнього (що саме слід розуміти під неологізмом). Пропонується звужити надмірно розширене значення терміна "неологізм" та повернути його в лоно етимологічного значення (нове слово). На думку автора, неологізм – це "власне лексична категорія" і тому недоцільно зараховувати до неологізмів одиниці несловного

характеру, зокрема, морфеми і словосполучення. Слово, морфема, фразема є одиницями різних рівнів мови, а отже, вони повинні розглядатися в галузях лінгвістичних наук, що відповідають їхньому мовному рівню: неологізм - в неології, неоморфема – в граматичній і словотворі, неофразема – у фразеології. "Розведення" неоднорідних за своїми характеристиками мовних одиниць в різні структурні групи дозволяє розглядати неологізм як одне з видових понять по відношенню до терміна "інновація", що виступає як загальне, родове, і яке застосовується для позначення нового на всіх рівнях мови.

Ми погоджуємося з думкою О. В. Сенько і вважаємо, що так звані "неслова" – морфеми і фраземи потрібно вилучити з числа неологізмів як одиниці інших рівнів мови. Морфема і фразема не містять в собі основних категоріальних ознак слова – цілісності оформлення та ідіоматичності, а, відповідно, не можуть мати статус слова. Морфема має єдиний звуковий комплекс, вона є ціліснооформленою, проте характеризується несамотійністю прояву значення. Як відзначає О.О. Реформатський, "афікси не існують у мові поза словами, вони супроводжують корінь, слугуючи потребам словотвору та словозміни" [14, 207]. Вони є лише компонентами, що формують значення твірного слова, але самі по собі не виражають лексичне значення, яке є характерним для слова в цілому. Фразема відрізняється від слова роздільнооформленістю своєї навіть вихідної (словникової) форми. Порівняємо визначення фразеологічної одиниці, подане О. В. Жуковим: "Фразеологічна одиниця – це гібридна одиниця мови, що функціонально і семантично тяжіє до слова, а у формальному відношенні завдяки своєрідній рівневій інерції імітує поведінку синтаксичних одиниць" [20,16]. Таким чином, з одного боку, фразеологічні одиниці можуть тяжіти до слова, тобто мати ті ж властивості, що й слово, а саме: номінативність та ідіоматичність. З іншого, – це роздільно-оформлена мовна одиниця, яка складається з двох і більше слів. Тому, на думку О. І. Молоткова, "незважаючи на близькість слова і ФО, вони не повністю є еквівалентними, не тотожними, є різними одиницями мови" [32,29]. Маючи набір певних ознак,

фразеологічні одиниці є одиницями особливого, фразеологічного рівня мови. Таким чином, неологізм і інші види інновацій (зокрема, морфема і ФО) – поняття близькі, але такі, що не перетинаються, тому і не можуть бути об'єднані одним терміном "неологізм".

Зараховуючи несловні одиниці до неологізмів, лінгвісти розуміють, що порушують цілісність неологічного об'єкту дослідження, яким є, звичайно, нове слово. Так, С. І. Алаторцева підкреслює наступне: "Визнавши, що розширення номінативних засобів мови неможливо без нових сполучень слів, ми вимушені або тільки умовно внести цю категорію нововведень в поняття "неологізм", або перейти від нього до нейтральніших та ширших понять "новація", "інновація" [1, 55]. Уникає терміна "неологізм" в описі нової лексики, в яку вносяться, окрім слів, також значення слів та ідіоми, Н. З. Котелова, віддаючи перевагу терміну з узагальненішим значенням "лексичні нововведення" [27, 22].

Отож, оперуючи термінами "інновація", "нововведення", "новотвір", "неологізм" як синонімами, неологи одночасно визнають, що між ними неможливо поставити знак рівності. Для сучасної лінгвістики стає характерним вживання терміна "інновація" у позначенні нових явищ на всіх рівнях мови. Термін "новотвір", виходячи зі своєї внутрішньої форми, може бути рівнозначним термінам "інновація", "нововведення", але не рівнозначним поняттю "неологізм". Останній виявляється ширшим, оскільки до неологізмів відносимо не тільки лексичні новотвори, але й слова, запозичені з інших мов або слова, які отримали нові значення. З іншого боку, не кожний новотвір є неологізмом. Ми також вважаємо термін "інновація" родовим поняттям по відношенню до неологізмів і новотворів інших рівнів. Під неологізмами вданій роботі розуміємо лексичні новотвори, запозичення і слова з розширеним значенням.

Неоднозначність трактування терміна "неологізм" пояснюється також висуненням різних критеріїв для його характеристики. Висловлювання В. Г. Гака в кінці 70-х років минулого століття про те, що термін "неологізм" "не є

визначений з відповідною чіткістю", залишається актуальним і сьогодні, хоча кількість досліджень в галузі неології збільшується. Вся справа в тому, що кожен дослідник розглядає нові слова зі своїх позицій, висуває на передній план критерії, які зважають на його цільову установку. Звідси і різні погляди на неологізми та їхню природу.

До поняття "неологізм" є вузький і широкий підходи. Представники вузького підходу відносять до неологізмів слова, які виникли для найменування нових реалій життя (нові реалії – нові явища – нові слова) (А. О. Брагіна, О. С. Ахманова, М. І. Фоміна). Їхня точка зору відповідає визначенню неологізму в "Словнику іншомовних слів", де неологізмом вважається "слово або мовний зворот, створені для позначення нового предмета або для вираження нового явища" [17, 341]. Інші лінгвісти виділяють в якості основної ознаки неологізму його абсолютну новизну (Р. О. Будагов, О. В. Калинин, Є. В. Розен, М. М. Шанський та інші). Деякі дослідники вважають головним у тлумаченні терміна "неологізм" часовий критерій (В.В. Виноградов, Б. М. Головін, Є. В. Розен, М. М. Золотарьова та інші). На думку представників даного напрямку, неологізмами є слова, які виникли на пам'яті покоління, яке їх використовує. А покоління, за даними сучасної демографії, змінюється через 30 років. Отож, згідно з цією концепцією, таким є і термін перебування нового слова в статусі неологізму. Проте це положення також можна віднести до дискусійного. Період входження неологізму в літературну мову може бути різним. Відносячи до неологізмів слова, "які усвідомлюються як нові лексичні одиниці, але не ввійшли до активного словникового запасу", – М. М. Шанський відзначає, що "якщо те чи інше слово, навіть, якщо виникло як мовний факт недавно, стало загальним та вживаним, втратило специфічні якості та ввійшло до активного запасу мови, воно вже не є неологізмом" [47, с. 159]

Більшість лінгвістів вважають основною ознакою неологізмів новизну лексичної одиниці в суспільній свідомості в межах певного часового проміжку (К.В.Брітікова, Д.І.Ганич, Д.В.Мазурик, І.С.Олійникта ін.). Проте,

на нашу думку, поняття "нове" та "новизна" є відносними, а такий параметр як "відчуття новизни" можна охарактеризувати як суб'єктивний, чим і частково пояснюється термінологічний різнобій у сфері неології.

Поняття неологізму є історично змінним. Загалом будь-яке слово поступово втрачає статус неологізму в процесі соціалізації, функціонального закріплення в лексико-семантичній системі мови. Неологізм починає поступово засвоюватися мовним колективом, що й, відповідно, зменшує "відчуття новизни" з боку носіїв мови. Актуальність позначуваного денотата поступово призводить до активного використання слова чи словосполучення та позбавляє його ознак новизни, свіжості.

В лінгвістичній літературі представлені й інші точки зору на критерії виділення неологізмів, як, наприклад, зарахування до них нових слів, що не відзначені словниками, або слів, які переміщуються у "мовному просторі" (з однієї сфери вжитку в іншу) та інші.

Найбільш розробленою і загальноприйнятою точкою зору на визначення неологізму є позиція Н. З. Котелової, для якої є характерним широкий підхід до нових слів. Уважно вивчивши та проаналізувавши існуючі погляди вчених-лінгвістів на дефініцію неологізму і виділення його критеріїв, Н. З. Котелова знайшла їх вірними, але неповними та запропонувала свою систему "параметрів-конкретизаторів". Автор вважає, що поняття неологізму необхідно визначати онтологічно, тобто за суттєвими, відмінними параметрами. Їх чотири. Першим і основним з них Н. З. Котелова вважає параметр "час".

У зв'язку з цим неологізми визначаються як "нові слова якого-небудь періоду по відношенню до якого-небудь з передуючих періодів, тобто такі слова якого-небудь періоду, яких не було в передуючому періоді" [27,14]. Таким чином, неологізм – це слово, що відобразило реалії того чи іншого часового зрізу. Для цього необхідно лише визначити межі періоду, склад неологізмів якого встановлюється, і межі періоду, по відношенню до якого береться даний відрізок часу. Що, власне, і робиться сьогодні Французькою

комісією з термінології і неології (Commission generate de terminologie et de neologie). Другою суттєвою ознакою визначення неологізму Н. З. Котелова вважає точку відліку в мовному просторі: переміщення слів з однієї сфери вжитку в іншу, взаємодію між літературною мовою і мовою наук, діалектів, усним мовленням. За параметром "мовний простір" виділяємо наступні конкретизатори:

- 1) у мовах взагалі;
- 2) в даній національній мові;
- 3) в літературній мові;
- 4) у даній підмові.

Виходячи з цієї класифікації, одна й та ж лексична одиниця може бути неологічною в одній мові або в одній з її сфер і узуальною в іншій.

Третій конкретизатор – це вид новизни мовної одиниці. Він здебільшого є важливішим для визначення типу неологізму, ніж його суті: новим може бути не тільки слово, але й значення слова (семантичний неологізм), а також сполучення слів (ідіома). Четвертий визначник пов'язаний зі встановленням структурних ознак новизни самого слова: які структурні ознаки слова дозволяють вважати його неологізмом, тобто передбачає вияв закономірностей словотвірної системи в структурі неологізмів, а також заданості та спонтанності в кожному конкретному випадку творення нових слів.

Враховуючи розглянуті вище конкретизатори, доходимо висновку, що лексичними нововведеннями називаємо слова, значення слів, ідіоми, які узуально існують у певний період у певній мові, підмові, мовній сфері тощо, і, які до того часу не існували. Дане визначення неологізму ґрунтується на розумінні неологізмів як соціально-історичної категорії з урахуванням багатосторонньої відносності поняття "нове".

На думку С. І. Алаторцевої: "... новими одиницями словникового складу можуть бути визнані слова, значення слів і сполучення, що є новотворами даної мови, так і внутрішні та зовнішні запозичення в ній, а

також лексика і фразеологія, яка знову стала актуальною у вказаний період" [1,48].

Деякі мовознавці, зокрема А.Рей, головний упорядник словників Робера, відносять до неологізмів запозичення, включаючи у цю категорію і зовнішні, і внутрішні запозичення (з територіальних діалектів, професійних жаргонів, національних варіантів мови тощо).

В зв'язку з двояким (вузьким і широким) розумінням терміна "неологізм" варто вести мову про різнобій не тільки у визначенні критеріїв нових слів, але і в їхній класифікації. В залежності від того, на які ознаки спирається досліднику своїй роботі, пропонуються традиційні класифікації або спеціальні класифікації з врахуванням ознак, властивих тільки для нових мовних одиниць, які аналізуються (наприклад, поділ неологізмів за ступенем їхньої новизни, тривалості існування тощо). Розглянемо дві найбільш повні класифікації неологізмів у сучасній лінгвістиці.

Спробу об'єднати існуючі класифікації всіх варіантів нових слів робить С. І. Алаторцева. Вона поділяє "лексико-фразеологічні новації" на 5 розрядів: 1) за формою мовної одиниці; 2) за ступенем новизни; 3) за способом номінації; 4) за відношенням до мови - мовлення; 5) за тривалістю існування.

На нашу думку, існуючі класифікації можуть бути розширені за рахунок вивчення процесів неологізації на фонетичному, граматичному, стилістичному рівнях (окрім лексичного).

Друга класифікація, представлена авторським колективом навчального посібника "Неологія і неографія сучасної російської мови" Т. В. Поповою, Л. В. Рацибурською і Д. В. Гугунави, має багато спільного з класифікацією С. І. Алаторцевої. Автори виділяють неологізми за чотирма параметрами: за видом мовної одиниці (за формою – в С. І. Алаторцевої); за ступенем новизни; за видом реалії, що позначається; за способом утворення.

Прийнявши до уваги наявні в науковій літературі точки зору на неологізми, критерії їхнього виділення та принципи їхньої класифікації і, по можливості, дотримуючись міркувань вищеназваних авторів, ми спробуємо

запропонувати своє визначення терміна "неологізм", а також критерії виділення і класифікацію нових мовних одиниць. Ми не відносимо до поняття "неологізм" фразеологічні сполучення, по-перше, з тією причини, що вони не містять в собі двох необхідних ознак слова - "цільно-оформленості" та "ідіоматичності", по-друге, в лінгвістиці давно сформувалась самостійна галузь "фразеологія" з власною термінологічною базою, де і повинні розглядатися одиниці мови, які відносяться до фразеологічного рівня. А неологізм є об'єктом дослідження лінгвістичної науки – неології. Віднесення до неологізмів тільки словникових одиниць мови відповідає вимозі, що висувається до спеціального терміна, – однозначності.

Термін "неологізм" ми розуміємо у вузькому сенсі та надаємо йому наступне визначення:

Важливими критеріями відмежування неологізмів від інших інновацій мови є, на наш погляд, наступні: 1) номінативність (необхідність позначення нового предмета чи поняття); 2) новизна форми і/або змісту; 3) часовий показник (часові межі появи та існування нового слова у мові); 4) мовний простір (сфери і жанри вжитку).

1.2. Національно-культурна специфіка нової лексики

Починаючи з останніх десятиліть XX ст. багато мов світу переживають справжній «неологічний вибух», обумовлений стрімко змінюваними суспільно-політичними умовами, появою нових науково-технічних реалій, розширенням міжкультурних контактів. Оскільки мова фіксує будь-які зміни в соціумі, настільки інтенсивні динамічні процеси не можуть не знайти в ній свого відображення.

Проблеми утворення нових слів у мові актуальні в мовознавстві з моменту її виникнення, проте до цих пір немає єдиної думки щодо розуміння неологізмівласне лінгвістичному сенсі [1, 75].

За словами Л.П. Катлінської, «прийнятий лексикології спосіб виокремлення з маси слів тих одиниць, які традиційно зараховуються до неологізмів, передбачає екстралінгвістичні оцінку слів які увійшли в мову або - інші слова - закріплені мовною традицією» [21, 15]. За цією ознакою неологізми відрізняються від потенційних слів. На позамовну ознаку слова, а саме на його новизну, спирається дефініція неологізму в словнику «Oxford Dictionary of English» (ODE).

Визначаючи поняття неологізму, дослідники зазвичай вдаються до вільних формулювань, часто ненаукового характеру.

У вітчизняній лінгвістиці, як показала Н.З. Котелова, існують «стилістична», «психолінгвістична», «лексикографічна», «денотативна», «структурна» і «історична» теорії, що розкривають мовну сутність неологізму [3]. «Фундаментом» даних теорій є критерії новизни походження, новизни позначається денотата, структурної, формальної новизни або новизни вживання одиниці. Однак кожна з цих теорій має недоліки в силу своєї відносності стосовно до окремого індивіда / мовної спільності або в зв'язку із занадто вузькою спрямованістю.

У зарубіжній лінгвістиці панує лексикографічна теорія нового слова.

Так, в дослідженнях Дж. Айто [8], А. Меткалфа [10] до неологізмів відносяться слова, які незареєстровані в словниках. Канадський лінгвіст С.П. Кук пропонує наступні критерії виділення мовних інновацій з метою їх реєстрації в словниках нових слів:

1) відсутність в словникових джерелах; 2) наявність нового значення; 3) узуальність (необхідно, щоб одиниця не належала до якоїсь підмови і перебувала в користуванні не менше 3-х років) [9, 7].

Лексикографічна теорія неологізму орієнтована на мови з давньою письмовою традицією. Крім того, фіксація слів в словниках залежить в цілому від лексикографічної ситуації в країні, від того, скільки створено словників, що описують конкретну мову, і до яких типів вони належать.

У сучасній неології перспективним є лінгвокультурний підхід, з позицій якого неологізми розглядаються як своєрідне «дзеркало» мовного розвитку, а культура і мова – як форми свідомості, що відображають діяльність людини.

Слідом за Н.Л. Шамне, ми вважаємо, що першорядним у формуванні національної культуросфери є людський досвід, діяльність. За словами лінгвіста, «в кожній культурі певним чином співвідносяться універсальне і індивідуальне».

Кожна культура має свої специфічні особливості, які розуміються в науковій літературі як "мова культури", тобто як система знаків і їх відносин, за допомогою яких встановлюється координація ціннісно-сміслових форм і організовуються існуючі або виникають уявлення, образи, поняття і інші смислові конструкції» [7, 33]. Будь-яке нове слово також є результатом діяльності людини і може мати культурне навантаження.

Лінгвокультурний і когнітивний підходи в неології тісно переплітаються. У центрі уваги дослідників опиняються структури знань, які відображають неологізми, і їх вплив на мовну і концептуальну картини світу сучасного носія мови.

Лінгвокультурний підхід до дослідження неологізмів, представлений в роботах Т.А. Гуральник, Г.Ф. Аліаскарової, Г.В. Комарова, має положення про те, що в номінаційних об'єктах або реаліях відбивається національно-специфічна манера картування і вербалізації життя мовного колективу.

Розподіл нових лексичних одиниць в різних концептуальних областях відбувається з урахуванням ціннісних пріоритетів даного колективу і є результатом взаємодії мовної та культурної картин світу. Неологізми кодифікують новий культурний досвід і свідчать про характері напрямків процесів, що визначають культурну динаміку того чи іншого мовного співтовариства.

З опорою на принципи лінгвокультурного підходу нами було зроблено дослідження неологізмів англійської мови. Матеріалом для вивчення послужили неологізми, зазначені в словниках нових слів останніх трьох

десятиліть, в щорічних списках мовних новоутворень, що входять в склад загальнолітературного тлумачного словника «Oxford Dictionary of English».

В якості критеріїв визначення неологізму ми враховуємо наступні:

а) хронологія (період виникнення слова);

б) наявність нової культурної референції денотативного і конотативного значень одиниці (прояв культурного компонента в семантиці неологізму);

в) сфера вживання одиниці (закріпленість одиниці в певному мовному реєстрі);

г) локалізація (породження нового слова засобами однієї мови).

Хронологічний критерій є, на наш погляд, одним з основоположних прилінгвокультурному підході в неології. Мовна одиниця може ставитися до розряду «нових» тільки на певному часовому зрізі. Так, можна говорити про неологізми рубежув тисячоліть (eurosphere – євросфера, територія країн-членів / кандидатів до Євросоюзу) або про неологізми 40-х рр. XX ст. (англ. Genocide – геноцид) і т. д.

Наявність нової культурної референції, яку передає мовна одиниця, розглядається нами як окрема ознака неологізму.

Проаналізований фактичний матеріал показав, що культурно значуща інформація може міститися в денотативному значенні неологізму, наприклад: англ. affirmative action – антидискримінаційне законодавство, що враховує необхідність пропорційного прийому на роботу або в навчальні заклади всіх меншин, етнічних і сексуальних.

Нова культурно маркірована інформація може містити в собі конотативне значення неологізму. Нові мовні одиниці, що володіють додатковими конотативними значеннями, часто викликають у свідомості носія мови певні культурно-історичні асоціації, наприклад: англ. Pork barrel – державна годівниця, використання державної скарбниці в інтересах окремих штатів, а не всієї держави.

Сфера вживання є ще одним критерієм визначення мовних одиниць як неологізмів. В рамках лінгвокультурного підходу в неології ми орієнтуємося

наконкретну літературну мову. Діалектизми, терміни, авторські неологізми і новоутворення в предметних областях залишаються зарамками нашого дослідження, за винятком тих випадків, коли дані мовні одиниці стають узуальними для літературної мови. Одна і та ж мовна одиниця може бути неологічною для однієї сфери вживання і узуальною для іншої.

Наприклад, слово *aids* (англ. «СНІД») було медичним терміном в американській англійській мові в 60-70-х рр. XX століття. Однак після кампанії, спрямованої на зростання обізнаності населення про це захворювання в 80-х рр., дана лексична одиниця стала узуальною для загальнолітературної англійської, а трохи пізніше і багатьох інших мов.

При визначенні неологізмів одним з найважливіших є критерій локалізації.

Нові лексичні одиниці повинні номінувати нові реалії або об'єкти культури, будучи створеними засобами одної мови. Запозичення і інтернаціоналізми не є неологізмами і не містять національного культурного компонента.

В даному дослідженні ми пропонуємо вважати неологізмами всі слова і словосполучення, нові за формою або змістом в певний фіксований момент часу і мають нову соціокультурну референцію.

В рамках лінгвокультурного підходу неологізми досліджуються нами з позицій:

1) діахронічного аналізу, який передбачає вивчення неологічної одиниці учасі. Він застосовується в першу чергу до семантичних неологізмів, раніше відомих слів, які придбали нові значення (англ. *lobby* «передпокій» або «група осіб, які просувають законопроект»);

2) порівняльного аналізу, що дозволяє виявити культурну специфіку неологізму через системне порівняння з неологізмом, що збігається за значенням або позначає ту ж реалію в іншій мові. Наприклад, одиниця англійської мови *meanwhile* збігається зі своїм еквівалентом в нідерландській мові *intussen* тільки в першому значенні «між тим». В англійській мові дана

одиниця стала семантичним неологізмом і придбала друге значення - «другорядна новина»;

3) компонентного аналізу, пов'язаного з дослідженням плану змісту неологічних одиниць і виявленням культурно значущих сем. Компонентний аналіз словникових дефініцій дозволяє виявити наявність елементів у структурі конкретної мовної одиниці;

4) концептуального аналізу, який передбачає, зокрема, побудову лексикосемантичного поля, що дозволяє розподілити досліджувані одиниці по понятійним сферам і реконструювати неологічне лексико-семантичне поле в тій чи іншій понятійній категорії. Наприклад, категорія «Людські взаємини» вербалізується в англійській мові великою кількістю неологізмів, що позначають активне використання технічних засобів комунікації: Skype sleep «засипати разом при включеній програмі Skype (Скайп)»; website «сайт, де молода пара розміщує інформацію про своє майбутнє весілля»; virtual visitation «віртуальний візит, контакт розведеного батька зі своєю дитиною з використанням електронних засобів зв'язку » і т. д. Дійсно, Інтернет дає людині можливість подолати фізичний простір і вступати у взаємини з іншими людьми на відстані, що не могло не знайти відображення в мові.

Результати дослідження неологізмів, проведеного з урахуванням основних положень лінгвокультурного підходу, дозволяють намітити основні тенденції та конкретні зміни в розвитку культурної картини світу мовного колективу, а також можуть бути використані у викладанні іноземної мови та в практиці складання довідників нової лексики.

1.3. Засоби масової інформації як джерело нової лексики

Початок 21 століття характеризується стрімким зростанням засобів масової комунікації. Активний розвиток традиційних ЗМІ: радіо, телебачення, преси – поява і широке поширення інтернет-комунікації привели до створення особливої медіасередовища, єдиного інформаційного простору, реалізованого на базі великого числа медіапотоків. Сучасні тенденції розвитку ЗМІ, безсумнівно, відбилися на процесах освіти й поширення мовних новоутворень, особливості їх вживання у мовленні, характер і динаміку мовних процесів у сучасній англomовній пресі. Основний обсяг виникнення лексичних новоутворень доводиться сьогодні на сферу засобів масової комунікації. Тексти засобів масової інформації, як друковані, так і медіатексти, представляють сьогодні одну з найбільш активно розвинених форм сучасної мови, а їх фактична чисельність набагато перевищує загальний обсяг вживання в інших сферах діяльності. Сьогодні сучасна преса розглядається дослідниками як особлива сфера вживання, що володіє специфічними ознаками і характеристиками. Концепція єдиного інформаційного простору визначає особливе значення засобів масової інформації з точки зору розуміння динаміки мовних змін, оскільки дозволяє нам ясно уявити багатогранну діяльність засобів масової інформації у вигляді чіткої, цілісної, єдиної системи, яка надає величезний вплив на перебіг лінгвокультурних процесів. У сучасній лінгвістиці використовується цілий ряд термінів і понять, що підкреслюють ту чи іншу сторону мовних процесів, що протікають в руслі розвитку ЗМІ, як, наприклад, інформаційне поле, медіаландшафт, інформаційне середовище, медіасередовище і т.д. Зміні умов функціонування англійської мови і перетворенню її в мову міжнародного спілкування сприяли процеси глобалізації. Сьогодні міжнародна англійська мова є політичною і культурною реальністю. Особливу роль в придбанні мовою статусу міжнародної відіграє економічна і політична могутність народів, що говорять нею.

Відзначимо при цьому, що вже на початку 20 століття економічні чинники мали вирішальне значення, а англomовні країни почали діяти в

глобальному масштабі, чому сприяла поява і вдосконалення техніки зв'язку і виникнення великих транснаціональних корпорацій. Бурхливе зростання міжнародної торгівлі та розповсюдження реклами було викликано розвитком конкурентоспроможних галузей промисловості і підйомом ділової активності. В цей же період саме англійська мова стала розглядатися як мова міжнародного спілкування, а вплив англомовної преси все більше і більше зростав. Сьогодні не виникає сумніву з приводу того, що кордони англоамериканського лінгвокультурного простору вийшли далеко за межі англомовних країн в силу величезного охоплення і впливу англомовних ЗМІ в сучасному світі. Розширення сфери впливу англійської мови свідчить про інтенсивну інтеграцію та глобалізацію англомовної молодіжної преси, що перш за все відбивається на протіканні мовних процесів, рух мовної норми, якісний бік вживання. Сучасність неможливо уявити без якісного і кількісного зростання відкриттів в самих різних сферах людської діяльності, виникають широкі можливості для поповнення лексичних систем мов, відповідно, це дає потужний імпульс для опису і систематизації великого потоку неологізмів, ідіом, словосполучень і значень, що зумовлює появу самостійної сфери дослідження лексикології, неології. Необхідність визначити і систематизувати колосальний потік новоутворень і їх значень зумовила становлення самостійної галузі в лексикології - неології, яка розуміється як наука про неологізми, тобто такого пласта лексики, який характеризується «конотацією новизни». Неослабна увага дослідників до проблем неології обумовлена значною роллю нових слів як дзеркала мовного розвитку, яке яскраво відображає адаптацію мови до постійно змінюваних умов його функціонування під впливом екстралінгвістичних чинників.

Таблиця 1.1 Тематичні групи англійських неологізмів, що вербалізують сферу ЗМІ

№ п/п	Тематична	Кількість	%	Приклади
-------	-----------	-----------	---	----------

	група	ЛО		
1.	Інтернет	30	36,6	<p><i>Content</i> n. 'Information made available by a Website or other electronic medium: [as modifier] online content providers.' (Derivatives contentless adjective -Origin late Middle English: from medieval Latin contentum (plural contenta 'things contained'). <i>Cyber squatting</i> n. 'The practice of registering names, especially well-known company or brand names, as Internet domains, in the hope of reselling them at a profit.' (Derivatives cyber squatter noun)</p>
2.	Телебачення	26	31, 72	<p><i>Mockumentary</i> n. 'A television program or film that takes the form of a serious documentary in order to satirize its subject.' (DERIVATIVES mockumentarian noun -ORIGIN 1960s: blend of mock and (doc)umentary.) <i>Tabloidization</i> n. 'A change in emphasis from the factual to the sensational, especially in television news: the tabloidization of the nightly news during sweeps week.'</p>
3.	Газети	24	29, 28	<p><i>Display ad</i> n. 'A large advertisement, especially in a newspaper or magazine, that features eye-catching type or illustrations.' <i>Pull-quote</i> n. 'A brief, attention-getting quotation, typically in a distinctive typeface, taken from the main text of an article and used as a subheading or as a design element.'</p>
4.	Люди, що мають відношення до ЗМІ	16	19, 52	<p><i>Barking head</i> n. 'A pundit or commentator who speaks in a loud voice and whose comments tend to be abrasive, aggressive, and partisan.' (Example Citation: "Try finding a discussion of these issues on any news network. The barking heads who usurp the space of public affairs with high-volume jeers are not equal-opportunity offenders." – Todd Gitlin, "How TV Killed Democracy on Nov. 7," The Los Angeles Times, February 14, 2001) <i>Commentariat</i> n. 'Members of the news media considered as a class.'</p>
5.	Радіо	9	10, 98	<p><i>Feed</i> n. 'A broadcast distributed by a satellite or network from a central source to a large number of radio or television stations: a satellite feed from Washington.' <i>GPRS</i> Abbreviation 'General packet radio services, a technology for radio transmission of small packets of</p>

Продовження таблиці 1.3

				data, especially between cellular phones and the Internet.'
6.	Журналістика	7	8, 54	<i>Spin journalism</i>

				<p>n. 'News stories or facts presented in a biased or slanted way in an attempt to influence public opinion.'</p> <p>(Example Citation: Sir Malcolm Rifkind, the Scottish Tories' general election campaign leader, last night launched a scathing attack on the culture of so-called 'spin journalism', as the Conservatives continue to suffer a wave of bad press over claims of internal splits and plots. – Michael Settle, "Rifkind fires broadside at spin 'flunkies'," The Herald, April 28, 2001)</p> <p><i>Gotcha journalism</i></p> <p>n. 'Journalism that seeks only to catch public figures in embarrassing or scandalous situations.'</p> <p>(Example Citations: Was Ducros ambushed by a case of gotcha journalism, after handing her critics the ammunition they had been waiting for? No question. – Graham Fraser, "'Moron' quip shows more frustration than scorn," Toronto Star, November 24, 2002)</p>
7.	Інші	10	12, 2	<p><i>Earned media</i></p> <p>n. 'Free media coverage, such as a news story or opinion piece.'</p> <p>(Example Citation: In the world of campaigns, there is nothing better than earned media—free television and radio exposure—as opposed to paid media or costly advertisements. – Beth Shuster, "Being an Incumbent Has Many Benefits," The Los Angeles Times, April 7, 2001)</p> <p><i>Media studies</i></p> <p>Plural noun [usually treated as sing.] 'The study of the mass media, especially as an academic subject.'</p>

Упрацях з неології підкреслюється, що процес виникнення лексичного новоутворення починається з практик і слововживання, оскільки історично склалися, соціально обумовлені, політичні, економічні та культурні умови життя мовного співтовариства, що впливають на лексико-номінативну мовну діяльність. З огляду на те, що велику кількість номінативних структур постачають такі області, як економічна, соціальна, науково-технічна, політична, культурна, на сучасному етапі розвитку лінгвістики в себе виразні шість ає розуміння необхідності комплексного дослідження мовних і соціокультурних процесів в їх функціональній і семантичній взаємодії.

Тим більше доцільність даного підходу обумовлюється глобалізацією культури, під чим мається на увазі «прискорення інтеграції націй у світову систему».

1.4. Особливості утворення неологізмів у англійській мові

Нове життя вимагає нових слів і тим самим зумовлює мінливість словникового складу. Зміна словника - це природний і постійний рух в мові. Нові реалії вносять в мову свої найменування. Так виникають неологізми.

На думку В. В. Виноградова, «утворення нових слів практично безперервний процес, але всі так звані новоутворення спочатку являють собою факти мови і стають фактами мови лише в результаті багаторазового відтворення в готовому вигляді»[8].

Науково-технічна революція, розвиток засобів масової комунікації, стрімкий розвиток суспільного життя призводять до появи на світло безлічі нових слів і значень, тобто до того, що називається «неологічним вибухом». З'являються нові відкриття, поглиблюються уявлення про раніше відомих фактах і явищах дійсності, а також про сутність і функціонуванні цих явищ.

Поява в мові нових позначень - слів - обов'язковий супутник нового в галузі культури суспільства, будь то матеріальне виробництво, духовне життя, мода чи стосунки між людьми, соціальних груп або держав. Дуже влучне зауваження з цього приводу зробив Е. Сепір: «Зміни в лексиці викликаються вельми різноманітними причинами, більшість з яких носить культурний, а не чисто мовний характер. Так, занадто часте вживання слова може перетворити його в побите загальне місце, і в підсумку виникає необхідність замінити його новим словом. З іншого боку, зміна може зробити деякі слова з властивими їм традиційними відтінками значення неприйнятними для більш молодого покоління, так що вони схильні застаріти»[24].

Проблема поповнення словникового складу розглядається в багатьох роботах з загального мовознавства[10], присвячено цілий ряд спеціальних досліджень і статей [20]. Вивчення проблеми зростання лексичного

складу представляє можливим визначити тенденції, закономірності в розвитку тієї чи іншої мови, еволюцію його системи в цілому.

Однак загальна теорія неологізмів, як справедливо зазначає Р. А. Будагов, розроблена ще недостатньо [7].

Постійні зміни в словниковому складі сучасної англійської мови, а також інтенсивне поповнення її новими одиницями служать об'єктивними передумовами для ретельного лінгвістичного осмислення нової лексики.

Спочатку нові слова можуть використовуватися невеликим числом людей, потім, якщо вони досить виразні і за своїм звучанням відповідають характеру фонетичної системи англійської мови, вони отримують шлях в усе більш і більш широкі соціальні і професійні колективи. Входячи в лексичний склад мови, неологізми продовжують розвиватися, накопичувати нові значення. Вони можуть стати загальноживаними і з плином часу навіть проникнути в основний словниковий фонд мови, але можуть, не закоренившись в мові, вийти з ужитку.

Безперервне поповнення лексичної системи мови новими словами здійснюється різними шляхами. Збагачення словникового складу сучасної англійської мови відбувається шляхом словотворення, зміни значення слова і запозичення.

Словотвір являє собою найбільш важливий шлях розвитку словника англійської мови. Значна кількість нових слів зобов'язана своїй появі в сучасній англійській мові словотворчим процесам. На думку Е. С. Кубрякова, «суть словотворчих процесів полягає в створенні нових найменувань, нових вторинних одиниць позначення» [56]. «Утворення нових слів відбувається за тими моделями, за тими словотворчим типам, які вже встановилися в мові або знову виникають у зв'язку з виділенням нових основ і використанням нових афіксальних елементів, в зв'язку з розвитком і вдосконаленням системи словотворення» [19].

У сучасній англійській мові існують такі продуктивні способи утворення неологізмів: аффіксація (яка поділяється на суфіксацію і префіксацію), словоскладання, конверсія, скорочення.

Одним з найбільш продуктивних шляхів утворення неологізмів є аффіксація. В наш час за допомогою аффіксації утворюється величезна кількість нових слів. У сучасній англійській мові виділяються своєю продуктивністю словотвірні моделі іменників з суфіксами: *-ie, -er, -ing, -ist, -ism*. Наведемо приклади: *ableism, ballizing, bufferism, buncing, carer, chaologist, cuppie, deccie, electoralism, ephemerist, expatriatism, gazetting, genniker, gimmie, huffer, masculinism, moshing, mudger, pinger, pippie, plonker, porcinologist, proceduralist, punker, safing, suspenser, tagger, towie, winie, yeepie*. У складі нових слів відзначені також іменники з напівсуфіксами *-aholic, -ati, -gate, -nomics*: *bimbonomics, clothesaholic, Contragate, creamaholic, Dukakonomics, Irangate, jadeaholic, jazzerati, Lawsonomics, numerati, Rogernomics*.

Для нових слів - дієслів характерний суфікс *-ize*: *anonymize, awfulize, catastrophize, champenize, corporatize, marmelize, quietize, weaponize*. Вельми продуктивні в сучасній англійській мові моделі прикметників з суфіксами *-able, -ish, -y*, наприклад: *dorkish, fabby, kissy, laddish, microwaveable, ovenable*.

До найбільш продуктивних префіксів відносяться *anti-, de-, re-, non-, un-, dis-, pre-, super-*. Наведемо приклади нових слів, утворених з їх допомогою: *antivirus, de-accession, decompress, delist, demerge, deselect, detox, de-ward, dewomb, disadoptive, non-lethal, non-performing, pre-sale, re-beating, rebounder, rebounding, reflag, relaunch, reschedule, respectify, superdelegate, supergravity, supermembrane, uncap, untie*. До складу новоутворень входять також слова з напівпрефіксами *loadsa-, auto-, tele-, heli-*: *autocondimentation, autohagiography, heliculture, heli-skiing, loadsamoney, telebook, teledish, telenovela, tele-operated*.

Багато нових слів, які поширені в англійській мові в останні 15-20 років, утворені шляхом словоскладання. Переважно це складні слова, утворені простим співставленням основ: *airmiss, arm-twist, ballpark, bid-proof, blackwash, chalkface, chatline, clubbite, colour-blind, cook-chill, crackhead, dieman, eyepoint, free-fall, glasnost, granite-wash, gridlock, humanware, jump-rope, moneyman, padbolt, pitchperson, popmobility, ropeline, runway, seajack, time-graft, veinprint*.

Надзвичайно продуктивним способом словотворення в даний період розвитку англійської мови є аббревіація. Про важливість і місце словотворення шляхом аббревіації свого часу писав О. Есперсен: «Скорочення ... ніде не є настільки численними як в сучасній англійській мові. Вони насправді представляють одну з найбільш характерних рис розвитку англійської мови»[51]. В останні десятиліття аббревіація, як мовне явище, набула ще більшого поширення, наприклад: *A-day, ARC, ATB, ATM, ATV, CDV, ddC, DERL, DSA, DTP, EC, EDI, E-fit, E-free, GERBIL, GUI, IKBS, JIT, MDMA, ME, MOR, MRI, MRM, N, NAI, NAIRU, NIC, PSDR, PWA, RAD, RCD, RDS, SBKKV, SIDS*.

У досліджуваному матеріалі продуктивним способом утворення неологізмів є також конверсія.

При цьому відзначені конвертовані новоутворення двох типів:

1) творення дієслів від іменників, наприклад: *bin - to bin, feeder - to feeder, flan - to flan, gender - to gender, office - to office, port - to port, silicone - to silicone, source - to source, Velcro - to Velcro, woman - to woman*;

2) творення іменників від дієслів, наприклад: *to spend - spend*. Слід зазначити, що конверсійна модель $N \rightarrow V$ набагато активніша, ніж модель $V \rightarrow N$.

Розвиток лексики англійської мови відбувається не тільки за рахунок утворення нових слів і словосполучень, а й за допомогою створення нових лексико-семантичних варіантів слів. Наприклад, такі загальноновживані слова

як *air*, *bottom*, *box* змінили своїх значень за допомогою метафоричного перенесення.

Крім основного значення «провітрювати, сушити» слово *air* стало вживатися в значенні «передавати по радіо чи телебаченню». Слово *bottom* з основним значенням «дно, низ, нижня частина, кінець» отримало значення «політична єдність», слово *box* «покласти в коробку, ящик» отримало нове переносне значення «показувати по телебаченню».

Отже, словотвір є головним, але не єдиним засобом збагачення словникового складу англійської мови. Жодна мова ніколи не обходилася одними тільки власними лексичними засобами. Запозичення по праву розглядається дослідниками як один з джерел поповнення лексики англійської мови [6].

У словниковому складі сучасної англійської мови зустрічаються слова китайського походження (*Gai-ge*, *qinghaosu*), японського (*aiki-jutsu*, *nashi*, *waribashi*, *zaitech*), арабського (*intifada*), а також запозичення з індійських мов (*Bhangra*, *paneer*), польського (*Nizinny*), німецького (*kletten prinzip*) і французького (*Frisee*, *frais*, *fromage*, *pecher*, *tranche*, *unijambist*, *visagiste*).

На закінчення підкреслимо, що поповнення лексики сучасної англійської мови майже повністю здійснюється за рахунок внутрішніх ресурсів, іноземні запозичення відіграють мінімальну роль. Основне число нових слів надходить в англійську мову за допомогою продуктивних способів словотворення: афіксація, словоскладання, скорочення і конверсії.

Висновки до 1 розділу

Неологізми – це слова або мовні звороти, створені для позначення нового предмета, явища чи вираження нового поняття.

Причиною появи досить великої кількості неологізмів в ХХІ столітті є науково-технічна революція, а також соціальні, політичні та економічні зміни. Багато мов, у тому числі й англійська, переживає «неологічний бум». З'являються нові відкриття, поглиблюються уявлення про відомі факти і явища дійсності, а також про сутність і функціонуванні цих явищ. Поява у мові нових позначень – слів – обов'язковий супутник нового в галузі культури суспільства, чи то матеріальне виробництво, духовне життя, мода, чи взаємини людей, соціальних груп або держав.

Про засвоєння неологізмів мовним колективом свідчить ступінь їх лексикографічної фіксації. Фактор часу, «довговічність» неологізму, безумовно, є показником його «узуальності», закріплення в мові. Лексикографи вважають, що для того щоб потрапити до словників, неологізми мають з'явитися в різних друкованих джерелах протягом багатьох років. Неологізмом слово вважається доти, доки відчувається новизна його вживання. Але щойно воно стає досить уживаним, воно переходить до активного складу мови.

Розвиток національної культури відображається у багатьох лексичних одиницях, які визначають суспільні відносини, зміни та обумовлюють виникнення лексичних інновацій у мові. Подібне дослідження неологізмів дозволяє констатувати трансформації в усіх сферах життєдіяльності людини (представника певного етносу) та визначити її ціннісні орієнтації. У сучасній неології є лінгвокультурний підхід, з позицій якого неологізми розглядаються як своєрідне «дзеркало» мовного розвитку, а культура і мова – як форми свідомості, що відображають діяльність людини. Неологізми кодифікують новий культурний досвід і свідчать про характер і напрямок

процесів, що визначають культурну динаміку того чи іншого мовного співтовариства. В рамках лінгвокультурного підходу неологізми досліджуються нами з позицій: 1) діахронічного аналізу; 2) порівняльного аналізу; 3) компонентного аналізу; 4) концептуального аналізу.

Найбільш плідно неологізми продукуються, засвоюються й активно функціонують у ЗМІ, бо останній об'єднує в собі жанрові й стильові різновиди, елементи всіх інших стилів. Ознайомлюючи спільноту з усім новим, що з'являється в повсякденному житті, ЗМІ розширюють слововжиток, роблять національну мову гнучкішою, вправнішою, емоційно й експресивно насиченішою.

Основна кількість неологізмів, що надходять до англійської мови та репрезентують сферу ЗМІ у ХХІ столітті, характеризується продуктивними способами словотворення: афіксації, основоскладання, скорочення та конверсії.

РОЗДІЛ II. Особливості перекладу неологізмів у англомовних текстах публіцистичного стилю засобами української мови

2.1. Проблеми перекладу мови засобів масової інформації

Перекладач у процесі своєї діяльності постійно знаходиться в ситуації нестачі інформації й змушений співвідносити свої знання зі знанням інших людей як носіїв мови оригіналу, так і носіїв мови перекладу. Недолік інформації певною мірою компенсується саме можливістю її отримання відразу з двох джерел, двох лінгвокультур. Складність полягає «всього лише» в поєднанні інформації з концептуально різних джерел без спотворення змісту оригіналу, що й вважається адекватним перекладом. У смисловій складовій тексту можна виділити змістовний аспект, який включає словникові денотативне і конотативне значення слів, і контекстуальний аспект, який багато в чому визначається прагматичними факторами і, у свою чергу, визначає остаточний вибір перекладацьких відповідників. Діяльність перекладача, таким чином, неможлива без творчого начала. Перекладачеві необхідно творчо осмислити понятійну систему і смисловий простір тексту мовою оригіналу для того, щоб реалізувати результат у мові перекладу. Проблему при перекладі текстів англомовної преси становить адекватне передавання неологізмів.

При перекладі текстів даного типу домінантою є збереження впливу на адресата, який здійснюється за допомогою використання великої кількості клішованих і стандартних виразів, з одного боку, і таких стилістичних засобів, як гіпербола, порівняння, метафора, метонімія, евфемізми, з іншого боку. Завдання перекладача полягає в максимально повному збереженні змісту, хоча на практиці, як правило, зберігається когнітивна інформація при втраті частини емоційної та естетичної інформації. Слід визнати, що когнітивна інформація також іноді адаптується, виходячи з лінгвокультурних

потреб носіїв мови перекладу. Незважаючи на те, що неологізм як когнітивний механізм має універсальний характер, який наявний у свідомості будь-якої людини, незалежно від мови, якою вона говорить.

Неологізми можуть збігатися за фреймовим складом у тому випадку, якщо вони потрапили і в українську, і в англійську мову як запозичення. Такі вирази, як *We are canaries of a system*. – Ми – в'язні системи» ; *Being a cedar as a talent*. – Бути дурнем – це талант]; *Icebergering as a panacea*. – Моржування як панацея; *An international koala presents German at the conference*. – Міжнародний дипломат представляє Німеччину на конференції.

Значення слів, в основі яких покладено подібність:

bean: «According the statistic beans have more talent to be geniuses». – «Відповідно до статистики люди з головою у формі квасолі мають більше схильності для того, щоб стати геніями» ;

snow: «Where can teenagers dig snow, how to catch snowers?» – «Де підлітки можуть дістати кокаїн, як зловити кокаїнодилерів?» [70];

century: «A century as a minimum in a market?» – «100 доларів як мінімум витрат у магазині?».

Перекладач, будучи знайомим із лінгвокультурою оригіналу, із лінгвокультурою перекладу, розуміє неологізм, але іноді, не маючи впевненості у своїх силах, може навіть дати в дуже жорсткому буквальному перекладі, що, однак, небажано при перекладі текстів англійської публіцистики. Головні труднощі при перекладі виникають тоді, коли неологізми не збігаються в мові оригіналу і в мові перекладу на концептуальному рівні. Оскільки неологізм являє собою ментальну операцію, призначену служити способом оцінки й концептуалізації навколишньої дійсності, якісні розбіжності неологізмів зустрічаються частіше від кількісних. У той час, як поняття, іменоване терміном, формується на базі логічного мислення і виражається при перекладі однозначною відповідністю, неологізм утворюється на основі асоціативного мислення і формує уявлення про об'єкт, відчуваючи вплив

лінгвокультурного досвіду. Взаємодіючи в процесі когнітивні структури можуть бути повністю або частково відсутні в лінгвокультурі перекладу. Наприклад: «*Guerrilla proofreading*» – дослівно перекладається, як «партизанська коректура». «*Guerrilla proofreading does seem to be a popular hobby for some people*». – «Маніакальна схильність вишукувати помилки в текстах, постах і повідомленнях і потім публічно принижувати автора за безграмотність, здається, є популярним хобі для деяких людей». Перенесення ознак відбувається за подібністю до образу «партизана», він все робить тихо, збирає факти тощо, винює щось, а потім доповідає начальству або замовнику. В текстах англomовної преси даний вислів зустрічається в такому значенні: «людина з маніакальною схильністю вишукувати помилки в текстах, постах і повідомленнях і потім публічно принижувати автора за безграмотність». Українського аналога терміну поки немає, а ось саме явище є. Або «*digital hangover*» – «цифрове похмілля» – це, коли до головного болю після бурхливих веселощів, додається ще й почуття сорому, так як друзі (якщо їх після цього можна так назвати) вже виклали компрометуючі фото або відео в соціальні 76 мережі. «*They are having a digital hangover from their wanton youth*». – «У них цифрове похмілля від своєї не пристойної юності».

У промовах політиків і в політичній тематиці текстів англomовної преси регулярно зустрічаються також неометафоричні кластери. З лінгвістичної точки зору, це відкрита система мовних неологізмів, які викликають аналогії й асоціації в межах певної предметної галузі. Наприклад: «*America: In the face of our common dangers, in this winter of our hardship, let us remember these timeless words ...*» – «Америка: Усупереч спільній небезпеці, у цю холодну пору наших труднощів, давайте згадаємо ці слова слова ...». Тут Трамп використовує образ зими, підкреслюючи труднощі теперішнього моменту. І в це «холодну пору» Д. Трамп закликає згадати важливі слова, які дадуть надію, на те, що цей нелегкий час коли-небудь закінчиться. Або: «*So, together, we have cleared away the rubble of crisis, and we can say with renewed confidence that the State of our Union is stronger*». –

«Таким чином, разом ми подолали всі 78 перешкоди, які стали на шляху виходу країни з кризи, і з новою упевненістю ми можемо сказати, що держава нашого Союзу сильніше». Іменник «rubble» в дослівному перекладі означає «кругляк, валун». За допомогою цього способу Дональд Трамп показує, що «вони пройшли всі перешкоди, які стали на шляху виходу країни з кризи».

У текстах англomовної преси широко представлені неологізми спорту, війни і полювання. Численні фразеологізми, що виражають дух боротьби, змагальності та переслідування жертви є невід'ємною складовою публіцистичних текстів. Наприклад: «*I haven't spent the past 35 years in the trenches advocating for children, campaigning for universal healthcare, helping parents balance work and family and fighting for women's rights at home and around the world ...*» – «Я не марнував час останні 35 років в окопі, виступаючи за дітей, агітуючи за універсальну охорону здоров'я, допомагаючи батькам збалансувати роботу та сім'ю та боротися за права жінок вдома й у всьому світі...». Образи війни «окопу» і «боротьби» дають зрозуміти, яких зусиль необхідно докласти для здійснення поставленої мети. Політика – це війна, і для того, щоб виграти, досягти результату, потрібно боротися з усіх сил. Як не дивно, подібні неологізми не становлять непереборної перешкоди для перекладача, оскільки ця сфера діяльності добре розвинена практично у всіх людських співтовариствах і, отже, не викликає проблем, пов'язаних з інтерпретацією.

Таким чином, якщо врахувати необхідність знання для перекладача певної термінології зі сфери публіцистики, можна стверджувати, що неологізми в текстах англomовної преси цілком піддаються адекватному перекладу. Неологізми для реалізації концептів у мові, як правило, перекладаються описово, так як домінантою перекладу більшості текстів публіцистики залишається необхідність збереження прагматичного ефекту як гарантії отримання необхідного результату від впливу тексту на одержувача.

2.2.

Засоби перекладу англійських неологізмів у текстах мови засобів масової інформації та їх відтворення в українській публіцистиці

Публіцистичний стиль текстів англомовної преси, з огляду на його поліфункціональність і, відповідно, різноманітність характеристик, посідає особливе місце в системі стилів літературної мови. Публіцистичні тексти можуть бути різної тематики, оскільки вони ефективно працюють і затребувані в найрізноманітніших сферах людської діяльності – це і політика, і освіта, і охорона здоров'я, і економіка. Важливим є те, що прагматика такого роду текстів висвітлюється за допомогою виражальних засобів і вимагає логічного викладу змісту, добору лексики відповідного стилю та має певне семантичне навантаження. Функція публіцистичного стилю полягає не тільки в інформуванні читача, а й прихованого впливу та моделювання відповідного враження та судження, текст повинен переконати в достовірності його судження, викликати в адресата запрограмовану реакцію не тільки за рахунок логічних доводів, а й силою виражальних засобів та прийомів, які служать шляхом до реалізації мети, передати передбачений настрій та емоцію. Наприклад: «*The problem with a spending freeze is you're using a hatchet where you need a scalpel*». – «Проблема із призупиненням надання коштів полягає в тому, що ви використовуєте сокиру там, де потрібен скальпель». Так, кандидат у передвиборчих дебатах критикує програму свого опонента щодо змін у бюджеті. Він порівнює цей інструмент із сокирою і на даний момент представляє цю зброю дуже грубою для поправок в американському бюджеті. Кандидат пропонує «скальпель» як більш м'яке знаряддя, за допомогою якого можна діяти точніше й акуратніше, щоб не нашкодити країні. Кожен текст за своєю природою має критерій емотивності. Тут на допомогу приходить такий виражальний засіб, як неологізм.

Основні труднощі під час перекладу становить адекватне передавання семантичного значення. Наприклад: «*binge watching*» з англійської «*binge*»

(«заний») «*watching*» («перегляд»). Тобто, коли людина не може відірватися від серіалу і дивиться всі епізоди за один раз. Ніби йде в «серіальний заній». *«Binge-watching might be worse for you than you think, according to the latest research, but here's what you can do to fix your addiction».* – «*Серіальний заній може бути гіршим для вас, ніж ви думаєте, відповідно до останніх досліджень, але ось що ви можете зробити, щоб виправити вашу залежність*». В українській мові не має еквівалента на позначення такого роду явища, тому неологізм передається шляхом транслітерації і стає ще й запозиченням, тобо «бінджвотчинг» («запійний» перегляд серіалів).

Перекладач має справу з початковою семантикою слова і переносить її на мовленнєві коди мови перекладу, враховуючи її позамовні особливості, намагаючись декодувати та передати неологізми засобами іншої мови без втрати змісту. Часто перекладачеві вдається подолати мовний бар'єр і відтворити образ неологізму за рахунок одиниць мовиадресата. Проте інколи виникають деякі труднощі, подолати які вдається лише освіченим фахівцям, бо мовні образи однієї мови не знаходять свого вираження або еквівалента в іншій мові. Наприклад: *«I want to add tax breaks, because they are the drivers of the economy».* – *«Я хочу додати податкові пільги, оскільки вони є рушіями економіки».* У політичних текстах, на сторінках англomовної преси, під час передвиборчої кампанії, коли кандидати намагалися відстояти права американських підприємців, які складають сектор малого бізнесу, Д. Трамп порівнював їх з образом водіїв, які керують таким великим транспортним засобом, як економіка країни. Образ транспортного засобу в американській політиці досить важливий, оскільки автомобіль у США – це більше, ніж просто засіб пересування. Це є образом життя американця. Таким чином, через іменник «driver», що означає «водій», спікер намагається передати когнітивне значення неологізму шляхом активації в адресанта певних почуттів та асоціацій. Також образом «водія» позначають зростаючі ціни на охорону здоров'я в США. Наприклад: *«The most important driver of our prolonged debt is the rising of health cost care*

for population in age». – «Найважливішим чинником довгострокової заборгованості є зростання вартості медичного обслуговування літніх людей». Одним із шляхів подолання таких труднощів перекладу можна вважати повну або часткову заміну образу неологізму, що передається, чи повне перенесення найменування засобами іншої мови, дібравши повністю протилежний за значенням еквівалент, але зі схожою образністю, яка б викликала в адресата ті самі почуття, думки та асоціації, що й в адресанта.

Добір способу перекладу неологізмів залежить від різних лексичних, граматичних, стилістичних особливостей конкретного тексту, мети, прагматичних та інших факторів, перш за все, від того, яку функцію виконує неологізм у тексті. П. Ньюмарк наголошує, що неологізм посідає найголовніше місце в системі тексту, і з нею надалі поєднуються другорядні виражальні засоби та лексичні одиниці даного тексту, що в результаті утворюють єдину текстуальну картину. Наприклад: *«I do not want to pit Red America against Blue America»*. – «Я не хочу виставляти Червону Америку проти Блакитної Америки». Тед Круз, коли балотувався в президенти Америки, використовував у промовах вираз *«to pit against»* («стравлювати півнів, собак під час бою»), таким чином, він порівнював відносини республіканців і демократів з півнячими боями. Тим самим, давав зрозуміти громадянам, що в разі, якщо він буде обраний президентом, всі свої сили він спрямовує на покращення життя своїх співгромадян, а не на закулісні інтриги. У перекладі українською мовою дієслово *«to pit»*, не має такого сильного метафоричного значення, а його переклад доволі простий – «виставляти». В іншомовній когнітивній свідомості вираз викликає потрібну емоцію, бо сутичка порівнюється з «бійкою півнів». В україномовному варіанті втрачена експресія. Так реалізується внутрішній зв'язок неологізму, тексту та його складових, а якщо залишити без уваги унікальність неометафоричного виразу і його функцію в тексті, то цей зв'язок може зруйнуватися в системі знаків іншої мови.

П. Ньюмарк свого часу розробив найповніші на наш час поради та прийоми щодо адекватного передавання неологізмів при перекладі. Пітер Ньюмарк виділяє такі способи перекладу неологізмів:

- а) збереження образності в системі мови перекладу;
- б) добирання або заміна образу вихідної мови в мові перекладу згідно зі стандартами, що не суперечать її культурно-національним нормам;
- в) передавання неологізму шляхом порівняння за умови збереження образності метафоричного виразу, але з можливою втратою експресії;
- г) переклад неологізму шляхом образного порівняння або шляхом встановленого образного значення, зафіксованого тлумачними словниками;
- г) передавання семантики неологізму шляхом описового перекладу;
- д) вилучення неометафори, якщо при перекладі вона робить текст лексично перевантаженим (за бажанням перекладача);
- е) збереження значення конкретизації неологізму, щоб підсилити образну картину висловлювання.

Н. Б. Мілявська пропонує такі способи перекладу неологізмів, на які ми й будемо спиратися при подальшому аналізі:

- а) цілісний переклад;
- б) прийом додавання значення;
- в) прийом опущення значення;
- г) заміна значення;
- г) перетворення за структурою;
- д) усталений відповідник;
- е) прийом паралельного найменування неометафоричної основи.

1. Цілісний переклад використовують у тих випадках, коли мова оригіналу і мова перекладу ототожнюють значення метафоричних одиниць, що підлягають перекладу. Наприклад: «*Government shale gas planning changes a sad blow to public engagement, says Conservative council leader of Derbyshire County Council*». – «Планування видобутку державного сланцевого газу дозволяє уникнути прикрого удару по громадськості», – говорить керівник

Консервативної ради графства Дербішир». «*Sad blow*» – «прикий удар» – неометафора є когнітивною, де предметна ознака переноситься на ознаку явища; «*By the time he draged my Old over I felt as if I was holding up a sack of lead*». – «До того часу, як він притягнув мою Стареньку, мені здалося, що я тримаю мішок свинцю». «*My Old*» – когнітивна метафора, де прикметник «*Old*» подано з великої лтери наче ім'я – «Старенька» і його можна замінити іменником *car* «автівка», але він би вже не ніс того семантичного навантаження, як «*my Old*»; «*There is no battlefield of liberty where there was no a piece of land tmarked out as American ...*» – «Немає такого поля бою за свободу, де немає й шматка землі, на якому не прославилися б американці ...». Метафоричний неологізм «*battlefield*» зберігає свою образність, але переклад відбувається шляхом добору словникового відповідника – «поле бою»; «*When youcontact people to recruit them to the coalition, make sure you have no sugar mountains*». – «Коли ви звертаєтесь до людей, щоб залучити їх до коаліції, переконайтеся, що це надійні люди». «*A sugar mountain*» – неометафоричне словосполучення утворене на основі асоціативної образності, тобто – «цукрова гора» – лише один подих – і все розвалиться, щось крихке та нестабільне, тут «надійні люди».

2. Додавання значення або його опущення використовується тоді, коли один і той самий образ у двох мовах може мати різний ступінь експлікації (пояснення). Це спричиняє необхідність додавати або вилучати слова, що створюють його. Цікаво відзначити, що при перекладі українською мовоюпереважає додавання слів, підтверджуючи думку про те, що українська мова більш експліцитна, ніж англійська. Наприклад: «*We have tasted thebitter swill of civil war and segregation, and emerged from that dark chapter stronger and more united*». – «Ми пройшли через громадянську війну і сегрегацію, темну частину історії, випробування, які більше згуртували нас»; «*We would like from the bottom of our hearts to thank our neighbouring countries for sponsoring our candidacy*». – «Нам хотілося б від щирого серця подякувати сусіднім країнам за підтримку нашої кандидатури». «*At the bottom of her*

heart» – «в її серці». Опущено іменник «*bottom* – основа», який є семантично зайвим та вживається в новому оточенні і вдруге вербалізує вже існуюче поняття «*inside* – всередині», використання іменника «*bottom*» у перекладі становить собою порушення мовних норм.

3. Заміна використовується у випадку несуміжності понять мови оригіналу та мови перекладу. Наприклад: «*Producing electronics is a very fertile area of business*». – «Виробництво електроніки – дуже прибуткова сфера бізнесу». Прикметник «*fertile*» вжито в значенні «родючий», для адекватного передавання виразу засобами іншої мови словникове значення прикметника «*fertile*» потрібно замінити на «*прибутковий*». Нове значення зберігає позитивне смислове навантаження під час перекладу, конкретизує поняття, тим самим уможлиблює адекватне сприйняття нового значення: «*This company may be called the fruit of five years of intense work*». – «Наша компанія може бути названа результатом/плодом 5 років інтенсивної роботи». Іменник «*fruit*», родове поняття якого виражається словом «фрукт», диференціюється і конкретизується як «результат, плід».

4. Структурне перетворення застосовується, коли не узгоджуються граматичні норми мови оригіналу та мови перекладу: «*pull-aside*» – неофіційна нарада, неофіційні збори (лідерів/ дипломатів). «*All of these issues were discussed at the pull-aside yesterday*». – «Усі ці питання було обговорено вчора на неофіційній нараді». Окреме значення слів *pull* та *aside* є таким: «тягнути та набік/осторонь»; «*Taking a property in bailout one can lose its total amount*». – «Віддаючи майно під заставу, можна втратити його в повному обсязі». «*Bailout*» – допомога в грошовому еквіваленті, поручительство, тобто позика на вигідних умовах, часто береться великими фірмами, компаніями, які знаходяться в скрутному матеріальному становищі. Окремо компоненти вислову «*bailout*» мають такий переклад: «*під заставу/ обмежувати та гасити/виходити*». Інколи засоби однієї мови надають повної можливості передати зміст виразу, викладений засобами мови-джерела. Не завжди частини мови оригіналу можна передати тими ж частинами мови іншої

мови, тут ідеться про заміну. Таким чином, «*bot herders*», розклавши в іслівна лексичні одиниці, отримуємо «*bot*» у значенні «робот», де сема «*bot*» є результатом усічення слова та «*herder*» – «настух». Утворений вираз «*настух роботів*» потребує не лише переосмислення, а й заміну відмінка та числа іменників: N – G («*bot*») та G – N («*herders*»); s. – pl. («*bot*») та pl. – s. («*herders*»). «Робот» у когнітивному розумінні це певна електронна машина, а найпоширенішими представниками такої є «комп'ютери», сема «настух» у розумінні україномовних людей семантично переосмислюється і тяжіє до сленгізму «насти» (тобто «слідкувати, відстежувати»), в англійській також вживається дієслово «*herd*» як сленг у такому ж значенні. Суфікс *-er* в англійській мові відповідає за позначення особи, яка виконує дію, тобто «той, хто...», так отримуємо «той, хто «насе» комп'ютери». Когнітивний аналіз наштовхує на думку, що відповідь є однослівною, тобто іншомовному виразу із двох слів відповідатиме одне. Так, «*bot herders*» – це «хакери». «*Bot herders may have controlled 1.5 million PCs*». – «Хакери можуть контролювати 1.5 мільйона комп'ютерів».

5. Про традиційну відповідність неологізмів можна говорити тоді, коли йдеться про національні, фольклорні, релігійні, біблійні, етнічні особливості походження неологізмів, а при перекладі утворюється розбіжність у судженні про відображення явищ дійсності. Наприклад: вирази «*to buy a pig in a pocket*» (купити «поросся» в мішку) та «*head to head, face to face*» («голова до голови, обличчя до обличчя») не можна перекладати дослівно, оскільки це не еквівалентно мові перекладу. Замінюючи одне явище або предмет, притаманне культурі вихідної мови, що незрозуміле культурі мови реципієнта, перекладемо «купити kota в мішку» та «віч-на-віч». Такий переклад є причиною використання іншого значення за відсутності або непридатності українського слова-поняття, яке тісно пов'язане з цим поняттям, що логічне впливає з нього.

6. Паралельне найменування метафоричної основи використовується, коли необхідно змінити структуру метафори, а зміст необхідно зберегти: *«It was courage that made us such a successful political force, but our journey must understand where it went wrong»*. – *«Такою успішною політичною силою зробила нас мужність, проте ми маємо зрозуміти, де ми збилися зі шляху»*. Метафора *«to go wrong»* є поширеною, тут згідно з міжмовними правилами потрібно структурно змінити метафору, а за характером інформації початковий образ потрібно зберегти. Так, поширений переклад *«ніти не так»* змінюється на *«збитися зі шляху»*.

Складність питання про переклад неологізму пов'язана з розбіжностями між метафоричними системами різнорідних мов. Тому далеко не завжди процес передавання неологізму з однієї мови на іншу може бути простим.

Отже, переклад такого явища, як неологізму потребує особливої уваги та максимальної точності, оскільки текст, що ми перекладаємо, містить образи автора як носія мови, культурних реалій і асоціацій та образи перекладача як носія своєї мови і культури. При перекладі неологізму необхідно зберігати всю експресію оригіналу. Найвичерпнішою класифікацією способів перекладу неологізмів є класифікація Н. Б. Мілявської: а) повний переклад; б) додавання/ опущення; в) заміна; г) структурне перетворення; г) традиційний відповідник; д) паралельне найменування метафоричної основи. Специфіка перекладу неологізму дуже складна і на даному етапі найкращий спосіб перекладу неологізму ще залишається значною проблемою для всіх лінгвістів.

2.3. Особливості процесів перекладу англомовних неологізмів українською мовою

Як відомо, поняття неологізму з часом змінювалося. Будь-яке слово поступово втрачає статус неологізму в процесі соціалізації, функціонального закріплення в лексико-семантичній системі мови. Неологізм починає засвоюватися мовним колективом, що зменшує відчуття «новизни». Семантична неологізація - це дуже продуктивний процес, за якого до вже існуючого слова додається нове значення. Серед дослідників немає єдиної думки щодо статусу семантичних неологізмів. До найбільш суперечливих питань належить питання про те, в яких випадках семантичні зміни призводять до утворення самостійного слова, а в яких - лише до появи нового значення вже існуючої лексичної одиниці. Більшість учених у цьому питанні дотримується точки зору, висловленої свого часу В.В. Виноградовим, який вважав, що семантичне новоутворення існує за умови «переосмислення старих слів, у формуванні омонімів шляхом розкладу модного слова на два». Отже, про семантичний неологізм як про повноправну, самостійну лексичну одиницю можна говорити лише тоді, коли семантичні зміни полісемантичного слова призвели до повного розривання спільності семантичного зв'язку між окремими значеннями цього слова, тобто до утворення омоніма – слова, яке за однакової звукової або графічної оболонки має зовсім інше значення.

Та все ж більшість дослідників останнім часом висловлюють думку, що в усіх випадках, коли зберігається семантичний зв'язок між значеннями полісемантичного слова, його слід розглядати як слово-лексему, що включає певну кількість лексико-семантичних варіантів («значень»). Це стосується й статусу семантичних новоутворень. Вони є лексико-семантичними варіантами слів, що мають у структурі мови подвійний статус: є актуальними

семантично розчленованими знаками стосовно слова-лексеми та віртуальними щодо мовних реалізацій слова. В.І. Заботкіна визначає семантичні неологізми як нові значення слів, що вже існують. При цьому вона виділяє два можливих варіанти: 1) старі слова повністю змінюють своє значення та втрачають те значення, що існувало раніше; 2) у семантичній структурі слова з'являється ще один лексико-семантичний варіант за умови збереження всіх традиційних. Таким чином, семантичний спосіб номінації належить до тих явищ у мові, які не мають однозначного тлумачення. Це можна пояснити тим, що йдеться про семантичні процеси, які рівною мірою стосуються семасіології й ономасіології.

Найуживанішими способами перекладу семантичних неологізмів є: транслітерація (транскрипція), калькування, описовий та роз'яснювальний приблизний переклад. Жоден зі способів передачі іншомовних новоутворень не є досконалим і не забезпечує абсолютно адекватного перекладу. Спосіб транслітерації або транскрипції при перекладі слід використовувати з обережністю, адже саме він призводить як до втрати цінності слова в мові перекладу, так і до існування в мові декількох перекладів одного й того ж слова, що є небажаним. Наприклад, *punk*-панк: "*The punk subculture is centered on a loud, aggressive genre of rock music called punk rock*", *ombudsman* -ом- будсмен (тут слід зазначити, що перша частина слова перекладається нарівні графем, а друга - нарівні фонем): «*Ombudsmen sometimes also aim to identify systematic issues leading to poor service or breaches of people's rights*», *skinhead* -скінхед: «*Skinhead culture became so popular by 1969 that even the rock band Slade temporarily adopted the look as a marketing strategy*». Способом калькування перекладається переважно еквівалентна лексика.

Наприклад, *workaholic* -трудоголік («*He sure is a workaholic*»), *political drudge* -роботяга (пропрацьовитого робітника), наприклад: «*I'm only thirty-four, a political drudge, with a tidy sum to boot not that I'm boasting about it*». Щоб досягти адекватного й еквівалентного перекладу семантичних неологізмів, перекладач насамперед проводить лінгвістичний аналіз слів, з якими йому

доводиться стикатися. Основними умовами досягнення адекватності в перекладі семантичних неологізмів англійської мови є знання особливостей взаємодії неологізму з контекстом, а також основних випадків уживання різних структурних і семантичних типів неологізмів; знання основних способів перекладу семантичних неологізмів тієї чи іншої галузі, знання термінології мови перекладу в цій галузі, що дозволяє знайти еквівалентний варіант відповідного англійського неологізму; уміння правильно вибирати й використовувати найбільш підходящий спосіб створення нового відповідника для перекладу неологізму, підбір оптимального еквівалента, що відображає специфічне явище, відсутнє в нашій дійсності.

Виділяють критерії, на основі яких реалізується переклад семантичних неологізмів: варто усвідомити значення неологізму на основі контексту та аналізу його структури; проаналізувати кореневу структуру слова; розглянути слово поморфемно; урахувати прагматичний аспект; урахувати тип слів, до якого належить одинця перекладу (терміни, назви, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідники тощо). В епоху масової комунікації існують воістину безпрецедентні можливості для розвитку й поширення семантичних неологізмів. Яскравим доказом цього є мова преси нашого часу та мова суспільства. Мова преси та суспільства мало не щодня збагачується неологізмами. Одні з них, правда, так і залишаються «неологізмами-одноденками», тоді як інші «слова-експромти» все ж поступово переходять в основний словниковий фонд. Це, зокрема, такі слова та словосполучення, як *sweatshop* - досл. «потогінна система», підприємство з поганими умовами праці, де робітники працюють багато годин за низьку зарплату (*Sweatshop is a pejorative term for a workplace that has poor, socially unacceptable working conditions. The work may be difficult, dangerous, or underpaid*), *trouble shooter* - уповноважений із залагодження конфліктів, наприклад: *In general, troubleshooter is the identification of diagnosis of «trouble» in the management flow of a corporation or a system caused by a failure of some kind*; *dark horse*—«темна конячка», тобто кандидат,

несподівановисунутийнаякийсьпостурозпалпередвиборноїкампанії(*A dark horse is a little-known person that emerges especially in a competition of some sort or a contestant that seems unlikely to succeed*); *favorite son* -кандидат, щовисуваєтьсявпрезидентиделегацієюсвогоштату

(напередвиборномуз'їздіпартії): «*Especially in parliamentary systems, a «favorite son» is a party member to whom the party leadership is likely to assign a prominent role*»; *boondoggling* -слово, якеколисьналежалодорозрядусленгу, теперужевідомевполітичномулексиконівзначенні

«займатисяпорожнімисправами»: «*A lot of politicians boondoggling on their working places*»;термін*hooverize*буквальноозначає «житипоГуверу», тобтоекономитинаїжі, недоїдатитаін., наприклад: «*Hooverize means to live without enough food and may be enough money for food*».Тепер уже цілком «пристойний» політичний термін *lame duck*колись був відомий тільки як політичний сленгізм. Заразтермін*lame duck*живаєтьсявзначенні «політик-невдаха», «людина, якійнещастить», наприклад: «*A lame duck, in politics, is an elected official whose successor has already been elected. The official is often seen as having less influence on other politicians*».Цікавопростежитипоявусемантичногонеологізмусky marshal («*The US Federal Aviation Administration began its «Sky Marshal» program in 1968, which eventually became the FAA Federal Air Marshal Program in 1982*»).Цесловосполу-

ченнявиникловперіодрозквітупрактикизахопленнялітаківвикрадачами-нальотчиками(*highjackers*).ХвилянасильницькогозахопленнялітаківуСШАспричинилапоявуспеціальноїнауки «П», спрямованоїнарозсекречування «профілюпотенційноговикрадача» (*highjackerprofile determination*).Тому з'явилося безліч нових слів і понять, пов'язаних із цією наукою. Увагупривертаєйтакийполітичнийнеологізм, як*straw man*(або*man of straw*): «*Therefore, straw man document means it is a «flimsy» document that is just an initial draft of a subject which is expected to be modified by others*».Буквальне його значення - «солом'яна людина». Ясно, що це метафора, тому потрібно

передати цей метафоричний елемент мовою перекладу. Вдалими можна визнати такі варіанти, як «солом'яне опудало», «ненадійна людина». Однак переосмислення неологізму пішло ще далі. *Straw man* сучасній політичній мові означає «підставний (фіктивний) кандидат, що висувається з метою відвернути увагу виборців від іншого кандидата». *Paper tiger*, як відомо, увійшов в українську мову зовсім недавно. Він перекладається шляхом кальки – «паперовий тигр», тобто вживається в значенні «безпечний супротивник» (*"Paper tiger" was an ancient phrase used in Chinese culture*). Словосполучення *stalking horse* дуже важко перекласти, не знаючи сфери його застосування. У словнику "Chronicling the Times: productive Lexical Innovations in an English Newspaper" неологізм *stalking horse* визначається так: «будь-який «липовий» кандидат, який висувається для того, щоб відвернути увагу від іншої кандидатури або розколоти опозицію» (*"If you describe a person or thing as a stalking horse, you mean that it is being used to obtain a temporary advantage so that someone can get what they really want"*). Оскільки таке багатослів'я не тлумачення, не можна використовувати як описовий варіант, найого основні слід виділити хоча б основні ознаки, і тоді цей неологізм можна перекласти як «фіктивна кандидатура, підставна фігура (у політичній грі)». На жаль, подібна лексика ще не знайшла відображення в сучасних двомовних (перекладних) словниках, і перекладач повинен пропонувати свої варіанти перекладу на основі власних домислів, спираючись на контекст та прагматику; також доцільно буде проаналізувати всі аспекти функціонування цього слова в мові.

При перекладі семантичних неологізмів багато що можуть сказати про його значення самі складові частини цього слова, тобто морфеми. Тому необхідно розбити слово по морфемно, розглянути кореневі й афіксальні морфеми, та, оперуючи повною інформацією про слово, дійти певних висновків. Розглянемо на прикладах: слово *peacenik* порівняно недавно з'явилося в англійській мові, наприклад: *"Peaceniks publicly oppose armed*

conflict in general, or a particular conflict”. Розбивши слово на дві частини (*peace + nik*), легко здогадатися, що *nik* – це суфікс для утворення іменників. Під впливом російського суфікса (*sputnik, lunik*) подібні слова в англійській мові стали з’являтися все частіше. Отже, *peacenik* – це учасник мирних демонстрацій, маніфестант, борець за мир.

Аналогічна ситуація з терміном *nixonomics* ("*Nixonomics, a portmanteau of the words "Nixon" and "economics", refers to U.S. President Richard Nixon's economic performance*"). Так американські журналісти охрестили економічну політику колишнього президента США Ніксона. Спершу цей термін уживався тільки жартівливо, але нині він уже досить широко використовується в пресі: на нього можна натрапити навіть в офіційних текстах. Останнім часом нові методи навчання, з використанням так званих «технологій майбутнього», позначаються семантичними неологізмами: *CLASS* - «клас програмованого навчання» ("*CLASS it is a class of programmed learning*"); *telelecture, telecourse* - «навчальна програма по телебаченню» та ін. ("*A telelecture delivered using audiovisual telecommunications*"). Неологізми цієї групи утворені за допомогою аббревіатур, що відображає термінологічний характер зазначеної сфери. Необхідно також відзначити використання префікса *tele-* (деякими фахівцями він визнається напівпрефіксом).

Семантичне переосмислення також відіграє важливу роль під час перекладу неологізмів, зокрема, семантичних неологізмів. Так, наприклад, прикметник *heavy* останнім часом уживається в розмовній мові не тільки в значенні «важкий» але й у сенсі «вагомий», «сильний», наприклад: "*That's a heavy idea*". Завдяки рекламі слово *put down* також стало неологізмом зі значенням «відкидати», особливо у формі критичного (чи образливого) зауваження.

Із семантичним неологізмом *counterculture* перекладач може мати багатонеприємностей ("*The term counterculture is attributed to Theodore Roszak, author of The Making of a Counter Culture*"). Словом *im-* волисприймається як складене з двох елементів: *counter* + *culture*, тобто

«контркультура».

Однак подібне тлумачення слова *counterculture*

було б помилковим.

Фактично в сучасній англій-

ській мові в США це слово синонімічно еквівалентне поняттю «стиль життя», особливо якщо мати на увазі відмінність нового стилю від традиційних форм американського способу життя. Говорячи про семантичні неологізми, неможливо не згадати таке слово, як *psychodel* (*"A psychodel drug whose primary action is to alter cognition and perception; well known psychedelics include LSD"*). Слово *psychedelic* уживається на позначення нового соціального «руху» в США. Представниками такого «руху» є частина американської молоді, якій набридла буржуазна культура і яка шукає виходу, занурюючись в іншу крайність - у світ галюцинацій. Це слово можна перекласти так: «те, що викликає галюцинації» (наприклад, *psychedelic music*). Вираз *to take a walky* політичних текстах може означати «голосувати за кандидата іншої партії» (*"Could you take a walk, if I had paid"*). Вельми цікаве слово *flunkenstein* спочатку з'явилося в стінах американських коледжів й університетів. Якщо врахувати, що *flunk* - це студент, виключений за неуспішність, то стає зрозуміло, що *flunkenstein* - це свого роду «вічний невдаха», тобто студент, який постійно провалює іспити (*"Stop to be like a flunkenstein, come to your senses"*).

Власне переклад (передача) засобами української мови, а саме: транскрипція, транслітерація, калькування, описовий переклад, пряме включення.

Козаченко І.В. вважає «опис та пояснювальний описовий переклад найпоширенішим способом передачі нових утворень іншою мовою», оскільки в процесі перекладу в певних випадках необхідно використовувати контекстуальні заміни або при здійсненні перекладу використовувати опис. Особливі труднощі для перекладу становлять нові слова, що відносяться до без еквівалентної лексики. В межах загального розуміння контексту розрізняють вузький (мікро) контекст та широкий (макро) контекст. Лексичний контекст – це сукупність конкретних лексичних одиниць, слів та

стійких словосполучень, в середовищі яких і зустрічається дана мовна одиниця. Урахування синтаксичного контексту дозволяє перекладачеві визначити приналежність неологізму до певної частини мови, проте для з'ясування значення неологізму визначальним фактором є саме лексичний контекст. Нові слова здебільшого виникають на основі вже наявних в мові слів та морфем. Їхній аналіз може допомогти перекладачеві у зрозумінні значення неологізму. Для цього необхідно добре знати шляхи словотвору в англійській мові, а саме: надання існуючому слову ще одного значення. Якприкладнаведомовисловлювання *I can dig it. Do you dig this song?* Їх неможливо перекласти на основі загальних знань дієслова *to dig*. Лишень словник «The American Heritage», дає наступне визначення дієслова *to dig*, яке не є зареєстроване в інших словниках більш раннього видання: *to comprehend, to appreciate, to enjoy (slang)*, тобто в перекладі на українську: *розуміти, оцінювати, подобатись*. Переклад вищенаведених висловлювань звучить: *Мені це до вподоби. Як тобі ця пісня?* Більш детальне вивчення етимології слова *to dig* показує його жаргонічне походження, яке згодом було підхоплене засобами масової інформації, що призвело до теперішнього значення. Отже, в даному випадку перекладач отримує необхідне значення і на основі контексту і з допомогою словника.

Проведене дослідження дає підстави стверджувати, що в сучасній науковій літературі чимало дослідників виокремлюють наступні основні способи перекладу неологізмів: 1. транслітерація та транскрипція; 2. калькування; 3. описовий спосіб; 4. пряме включення; 5. приблизний переклад. Транслітерація базується на передачі графічного зображення, а саме на передачі букв та використовується для передачі власних іменників (*Elliot – Елліот*), географічних назв (*Salt Lake City – Солт Лейк Сіті*), особливостей суспільного життя та матеріального побуту (*briefing – брифінг, lobby – лоббі, holding – холдинг, tender – тендер, blonder – блондер, молодий хлопець, котрий зав'язує стосунки тільки з білявками* і т. д.).

Czech ombudsman and former justice minister Otakar Motejl, who defended regime opponents while working as a lawyer in the Communist era, died on Sunday at the age of 77, his relatives and colleagues said. A respected legal authority and regarded as a moral paragon, Motejl became the country's first-ever ombudsman, or public defender, in 2000. Як повідомляють родичі та колеги, чеський омбудсмен і колишній міністр юстиції Отакар Мотейл, який захищав супротивників режиму, працюючи юристом в комуністичну епоху, помер у віці 77 років в неділю. Шановний юрист і зразок моральності, Мотейл став першим в історії омбудсменом країни, або громадським захисником, у 2000 році.

Транскрипція базується на фонетичному принципі, тобто на передачі українськими літерами звуків англійських найменувань (звучання слова) (*establishment* – істеблїшмент, *superman* – супермен, *summit* – самїт). За допомогою транскрипції передається звукова форма іншомовного слова. Здебільшого даний спосіб найчастіше використовується для перекладу власних назв та термінів (*brandalism* – брендалїзм, завішування фасадів міських будівель потворними рекламними постерами; *oprahization* – опраїзація, зростаюча тенденція сповідатися на людях, чому немало посприяло популярне телешоу Опри Уїнфрі).

Переклад неологізмів за допомогою калькування полягає в заміні складових частин морфем чи слів одиницями оригіналу – їхніми лексичними відповідниками мовою перекладу, водночас зберігається незмінна внутрішня форма лексичної одиниці. Отже, калькуванню піддаються лише неологізми складних слів. На приклад, слово *multicurrency* складається з *multy* та *currency*, кожен з яких перекладаються як «багато-» та «валюта», разом ж утворюють «багатовалютний» (напр. кредит); чи *interbank(market)* = *inter-* («між») + *bank* («банківський») – «міжбанківський (ринок)». Перевага способу калькування полягає у лаконічності та простоті. Однак, хоча еквіваленти-кальки не позбавлені буквализму, їхня лаконічність та потенційна термінологічність робить їх привабливими для використання в

періодичних та суспільно наукових виданнях (*word of mouse* – слово миші, інформація поширена через чати і блоги).

Загальнолітературний фразеологізм-неологізм *puppet government* – *маріонетковий уряд* є практично загальновідомим, не зважаючи на його переклад-кальку. Інший політичний неологізм *straw man* (*чи man of straw*) викликає чималі труднощі при перекладі. Переклад-калька його тлумачить як «солом'яна людина», що не передає змісту неологізму. Зрозуміло, що наведений приклад фразеологічного висловлювання носить метафоричний характер. Доцільно даний фразеологізм перекладати як «солом'яне опудало», «ненадійна людина». однак переосмислення неологізму просунулось щедалі. *Straw man* у сучасній політичній мові означає «підставний (фіктивний) кандидат, якого висувують з метою відволікти увагу виборців від іншого кандидата». Неологізм *paper tiger* також можна перекласти способом кальки – *паперовий тигр*, а саме, в значенні «безпечний суперник». У словнику «The American Heritage» неологізм *stalking horse* визначається як «*any sham candidate put forward to conceal the candidacy of another or divide the opposition*» (будь-який «липовий» кандидат, який висувається для того щоб відволікти увагу від іншої кандидатури чи розколоти опозицію). Таке багатослівне тлумачення не можна використовувати в якості перекладу, тому виділивши основні його ознаки, даний неологізм можна перекласти як фіктивна кандидатура, підставна фігура (в політичній грі). Отже, спосіб калькування при перекладі демонструє існування двосторонніх міжмовних відповідників посеред простих лексичних одиниць, які використовуються в якості «будівничого матеріалу» для відтворення внутрішньої форми запозиченого слова чи того, що перекладається.

Описовий спосіб здійснюється шляхом пояснення суттєвих елементів неологізму. Його часто порівнюють з тлумаченням слова. Даний переклад має істотний недолік – багатослівність. Наприклад вислів *humanitarian intervention* – *гуманітарне втручання, тобто втручання гуманітарних організацій у внутрішні справи однієї країни у випадку серйозних*

порушень прав людини чи у випадку крайньої необхідності гуманітарної допомоги. *Piggybacking* – отримання незаконного доступу до комп'ютера чи терміналу з метою здійснення злочинних дій; *Arab Spring* – Арабська весна, – словосполучення, яким стали позначати революційні події в Лівії, Сирії, Єгипті та інших арабських країнах. Наведені приклади дають підставу стверджувати, що використання описового перекладу є громіздким та незручним. Вважаємо доцільнішим передавати значення таких неологізмів за допомогою транскрибування (з елементами транслітерації) чи калькування. Використовуючи описовий переклад, перекладачу необхідно перевірити чи в українській мові немає перекладеного відповідника, щоб не створювати термінологічних повторів перекладу.

В. Комісаров визначає приблизний переклад як «використання граматичної одиниці мови перекладу, яка у даному контексті частково відповідає безеквівалентній граматичній одиниці мови оригіналу». Під час такого перекладу зберігається основне значення слова, проте у українській мові слово відрізняється від мови оригіналу лексичним фоном. Наприклад, *nerd* – *неприємна, неприваблива людина*; *buddy* – *друг, товариш*; *weeb* – *нікчема*, *scumbag* – *покидьок*, *shell* – *безпритульний*, *wimpr* – *слабка людина, невдаха*. Хоча такий спосіб повністю не відповідає вимогам перекладу, оскільки втрачаються відтінки значення, конотативні відтінки слова, а з тим – і прагматичний компонент, приблизний переклад, однак, є допустимим, якщо не вдається застосувати жоден з описаних вище способів передачі неологізмів. І. Козаченко вважає даний спосіб перекладу, як такий, що не повністю відповідає вимогам перекладу, проте зазначає, що «використовуючи спосіб приблизного перекладу, можна зберегти основне значення слова, але воно буде відрізнятися лексичним фоном».

Перевага описового способу полягає в тому, що значення англійського слова (неологізму) здійснюється за допомогою більш чи менш поширеного пояснення. Даний спосіб можна застосовувати як для тлумачення значень у словниках, так і для перекладу неологізмів у конкретному тексті.

Популярним останнім часом є спосіб прямого включення, який використовує написання англійського слова в оригінальній (початковій) формі. Зрозуміло, його використовують, коли жоден з вищезазначених методів не передає необхідно значення поняття, що перекладається (*iPad, iPod, Apple*). Частим є явище використання слів що складаються з двох частин. Перша частина подається англійською мовою, і слово зберігає свою оригінальність, а друга частина – українською мовою (*web-сторінка*).

Правильний переклад неологізмів є досить складною проблемою, незважаючи на те, що неологізми мають значну семантичну визначеність і самостійність. Отже, під час перекладу неологізмів у політичних та економічних текстах, текстах ЗМІ, комп'ютерної та Інтернет-галузі, а також у перекладах суспільної лексики з англійської мови на українську найчастіше використовуються такі прийоми, як описовий переклад і переклад за допомогою семантичного неологізму, що позначає відповідні поняття української дійсності. Типовими помилками під час перекладу є: пропуск справжніх неологізмів, заміна одного іншим, коментування несуттєвих ознак. Жоден зі способів передачі іншомовних новоутворень не є досконалим і не забезпечує абсолютно адекватного перекладу. Особливості перекладу кожного нового слова залежать від того, до якого типу слів воно належить (терміни, назви, скорочення, синоніми до слів, які вже мають відповідники в українській мові тощо). Під час передачі неологізмів – назв особи важливу роль відіграє контекст, який є адекватним фоном для їх розуміння, запам'ятовування. Під час перекладу неологізмів у кожному конкретному випадку перекладач вибирає відповідний варіант, виходячи з контексту. Обов'язок перекладача – передати не тільки те, що сказано, але й те, як сказано. Саме цей обов'язок перекладача зумовлює необхідність аналітичної стадії в перекладацькому процесі й дає підстави для подальшого вивчення процесу перекладу семантичних неологізмів.

Висновки до 2 розділу

Проблеми перекладу мови засобів масової інформації полягають у тому, що перекладачеві необхідно творчо осмислити понятійну систему і смисловий простір тексту мовою оригіналу для того, щоб реалізувати результат у мові перекладу. Проблему при перекладі текстів англomовної преси становить адекватне передавання неологізмів

Основними засобами перекладу англійських неологізмів у текстах мови засобів масової інформації є а) повний переклад; б) додавання/ опущення; в) заміна; г) структурне перетворення; ґ) традиційний відповідник; д) паралельне найменування метафоричної основи. Специфіка перекладу неологізму дуже складна і на даному етапі найкращий спосіб перекладу неологізму ще залишається значною проблемою для всіх лінгвістів.

До особливостей процесів перекладу англomовних неологізмів українською мовою відносимо 1. транслітерація та транскрипція; 2. калькування; 3. описовий спосіб; 4. пряме включення; 5. приблизний переклад.

ВИСНОВКИ

Важливими критеріями відмежування неологізмів від інших інновацій мови є, на наш погляд, наступні: 1) номінативність (необхідність позначення нового предмета чи поняття); 2) новизна форми і/або змісту; 3) часовий показник (часові межі появи та існування нового слова у мові); 4) мовний простір (сфери і жанри вжитку).

Характерними рисами неологізмів є новизна лексичної одиниці в суспільній свідомості в межах певного часового проміжку.

Характеристиками англомовних ЗМІ як джерела нової лексики вважаємо радіо, телебачення, преси - поява і широке поширення інтернет-комунікації привели до створення особливої медіасередовища, єдиного інформаційного простору, реалізованого на базі великого числа медіапотоків. Сучасні тенденції розвитку ЗМІ, безсумнівно, відбилися на процесах освіти й поширення мовних новоутворень, особливості їх вживання у мовленні, характер і динаміку мовних процесів у сучасній англомовній пресі. Основний обсяг виникнення лексичних новоутворень доводиться сьогодні на сферу засобів масової комунікації. Тексти засобів масової інформації, як друковані, так і медіатексти, представляють сьогодні одну з найбільш активно розвинених форм сучасної мови, а їх фактична чисельність набагато перевищує загальний обсяг вживання в інших сферах діяльності. Сьогодні сучасна преса розглядається дослідниками як особлива сфера вживання, що володіє специфічними ознаками і характеристиками.

Неологізми англомовних ЗМІ утворено за моделями У сучасній англійській мові виділяються своєю продуктивністю словотвірні моделі іменників з суфіксами: -ie, -er, -ing, -ist, -ism. моделі прикметників з суфіксами -able, -ish, -y, наприклад: dorkish, fabby, kissy, laddish, microwaveable, ovenable.

До найбільш продуктивних префіксів відносяться anti-, de-, re-, non-, un-, dis-, pre-, super-. 1) творення дієслів від іменників, наприклад: bin - to bin,

feeder - to feeder, flan - to flan, gender - to gender, office - to office, port - to port, silicone - to silicone, source - to source, Velcro - to Velcro, woman - to woman;

2) творення іменників від дієслів, наприклад: to spend - spend. Слід зазначити, що конверсійна модель $N \rightarrow V$ набагато активніша, ніж модель $V \rightarrow N$.

З огляду на те, що велику кількість номінативних структур постачають такі області, як економічна, соціальна, науково-технічна, політична, культурна, на сучасному етапі розвитку лінгвістики все виразніше стає розуміння необхідності комплексного дослідження мовних і соціокультурних процесів в їх функціонально-семантичній взаємодії. Тим більше доцільність даного підходу обумовлюється глобалізацією культури, під чим мається на увазі «прискорення інтеграції націй у світову систему».

При відтворенні неологізмів англомовних ЗМІ в українській публіцистиці використовують такі засоби перекладу а) повний переклад; б) додавання/ опущення; в) заміна; г) структурне перетворення; ґ) традиційний відповідник; д) паралельне найменування метафоричної основи. Специфіка перекладу неологізму дуже складна і на даному етапі найкращий спосіб перекладу неологізму ще залишається значною проблемою для всіх лінгвістів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алаторцева С. И. Проблемы неологии и русская неография / С.И. Алаторцева. – ис-сер. ...доктора филологических наук: 10.02.01. - СПб, 1998. - 317 с.
2. Андрусyak I.B. Англійські неологізми кінця ХХ століття як складова мовної картини світу: дис. ... канд. філол. наук: 10.02.04 / I.B. Андрусyak. – Ужгород, 2003. – 268 с.
3. Антюфеева Ю. Н. Английские новообразования в развитии: потенциальное слово, окказионализм, неологизм : дис. ... канд. филол. наук : [спец.] 10.02.04. Тула, 2004. 184 с.
4. Арутюнова Н.Д. Логический анализ языка: языки динамического мира / Н.Д. Арутюнова. – Дубна: Межд. университет "Дубна", 1999. - 458 с.
5. Белка, Ю. В. Неологизмы английского языка [Электронный ресурс] / Ю.В. Белка // Nauka – Rastudent: электронный научный журнал. – 2014. – Режим доступа журн :<http://nauka-rastudent.ru/5/1453/>.
6. Беляева, Л.М. Трудности перевода с английского языка на русский / Л.М. Беляева, Т.А. Зражевская М.: Международные отношения, 1972. – 114 с.
7. Будагов Р.А. Новые слова и значения / Р.А. Будагов // Человек и его язык. – М.: Наука, 1976. – С.147 –153.
8. Вакула Е.А. Лексика современного молодежного издания / Е.А. Вакула // Средства массовой информации в современном мире. Молодые исследователи: материалы межвузовской научно-практической конференции студентов и аспирантов / под ред. Е.С. Сониной. – СПб. : Изд-во СПбГУ, 2004. 144 с.
9. Винокуров А.М. Новообразования и неологизмы морфологического типа в современном английском языке / А.М. Винокуров II Языковая динамика в синхронии и диахронии. – Тверь, 1993. – 283 с.

10. Волошин Ю.К. Новообразования и собственно неологизмы современного английского языка (опыт дифференциации новых слов) : автореф. дис. канд. филол. наук : спец. 10.02.04 / Ю.К. Волошин. - М. : 1971. - 20 с.
11. Гак В. Г. О современной французской неологии / В.Г. Гак // Новые слова и словари новых слов. - Л., 1978. - С. 36-57.
12. Данкевич Т. Переклад авторських неологізмів в англійській мові / Т. Данкевич // Мова і культура. – 2014. – Вип. 17, т. 3. – С. 341-346.
13. Дзюбіна О.І. Особливості утворення та функціонування семантичних неологізмів англійської мови сфери інтернет-комунікації / О.І. Дзюбіна II Записки з романо-германської філології. – 2014. – Вип. 2 (33). – с.303.
14. Добрикова, К. А. Структурно-семантические особенности неологизмов в газетно-публицистическом стиле (на материале британских газет) / К.А. Добрикова, Е.В. Колядко // Novainfo. – 2015. - № 32. – С. 1
15. Драбов Н. До питання перекладу англійських неологізмів / Н. Драбов // Актуальні питання гуманітарних наук. Вип. 13, 2015. – С. 176-181.
16. Заботкина В.И. Новая лексика современного английского языка// В.И. Заботкина. – М.: Высшая школа, 1989. – 126 с.
17. Зацний Ю.А., Янков А.В. Словник неологізмів англо-український. – Вінниця: Нова книга, 2008. – С. 5 –8.
18. Иванова, Н.К. Рождённые в 2014-2015 гг. : новые английские слова / Н. К. Иванова // Известия вузов. Серия “Гуманитарные науки” – 2015. – С. 319 –323.
19. Ильясова С. В. Новые реалии общественно-политической жизни и их отображение в инновациях (на материале инноваций конца XX в.) / С.В. Ильясова // Филология и культура: Тезисы II междунар. конф. /Отв. ред. Н.Н.Болдырев: в 3ч. Ч.11. - Тамбов: ТГУ, 1999. - 134 с.
20. Жуков А. В. Переходные фразеологические явления в русском языке / А.В. Жуков. – Новгород : НГУ, 1996. – 132 с.

21. Катлинская Л. П. Живые способы создания русских слов / Л.П. Катлинская. – М.: Прометей, 1995. – 165 с.
22. Классификация грамматических трансформаций [Электронный ресурс] // Study-English. – 2016. – Режим доступа: <http://studyenglish.info/article059.php>
23. Козаченко І.В. Особливості перекладу неологізмів англійської мови / І. Козаченко // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, Серія: Філологія. – 2014. – № 25. Том 2. – С. 166 –168.
24. Комаров Г.В. Национально-культурная специфика новой лексики английского языка : диссертация ... кандидата филологических наук: 10.02.19 / Комаров Георгий Владимирович. – Краснодар, 2007. – 147 с.
25. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) / В.Н. Комиссаров. – М.: Высшая школа, 1990. – 253 с.
26. Костомаров В. Г. Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа / В.Г. Костомаров. – М., 1994. – 320 с.
27. Котелова Н. З. Первый опыт лексикографического описания русских неологизмов / Н.З. Котелова // Новые слова и словари новых слов. - Л.: Наука ЛО, 1978. - С. 5-26.
28. Куш Е.О. Англійські політичні неологізми як перекладацька проблема / Е.О. Куш // Проблеми семантики слова, речення та тексту: зб. наук. пр. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. лінгв. ун-т / Вип. 25 / відп. ред. Н.М. Корбозерова. – К.: Вид. центр КНЛУ, 2010. – С. 220-228.
29. Мазурик Д.В. Іноваційні процеси в лексиці сучасної української літературної мови (90-і роки ХХ ст.): дис. ... кандидата філол.наук: 10.02.01/Д.В.Мазурик. – Львів, 2002. - 212 с.
30. Машковцева К.М. Особливості перекладу неологізмів з англійської мови українською на матеріалі трактату Е. Саїда «Орієнталізм» / К.М. Машковцева // Студентські наукові студії: Молодіжний науковий журнал. – Миколаїв: Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили, Вип. 1(32). – 2013. – С. 27-30.

31. Милявская Н. Б. Когнитивные основы формирования значения неологизмов, образованных в результате метафтонимического переноса: на материале современного английского языка : дис. ... канд. филол. наук : [спец.] 10.02.04. Калининград, 2008. 200 с.
32. Молотков А. И. Основы фразеологии русского языка/А.И. Молотков. – Л.: Наука, 1977. – 129 с.
33. Намитокова Р Ю. Авторские неологизмы: словообразовательный аспект / Р.Ю. Намитокова. - Ростов: РИД, 1986. - 160 с.
34. Новые медиа и их влияние на формат современных СМИ [Электронный ресурс] // Smashing Journal. – 2014. – Режим доступа: <http://smashingjournal.ru/?p=9396>.
35. Павлова Е.К. Некоторые особенности перевода политических неологизмов начала III тысячелетия / Елена Константиновна Павлова // Вестник Московск. гос. ун-та: Лингвистика и международная коммуникация. – М: МГУ, 2003. – Сер. 19. – № 4. – С. 60-68.
36. Петрова, Е.Е. Анализ и перевод некоторых английских неологизмов последних лет / Е.Е. Петрова // Филологические науки. Вопросы теории и практики. – 2014. – № 8. – С. 123-125.
37. Попова Т. В. Неология и неография современного русского языка: учеб. пособие /Т. В. Попова, Л. В. Рацибурская, Д. В. Гугунава. - М.: Наука, 2005. - 96 с.
38. Приходько Є. С., Кузнецова І. В. Метафори-неологізми у текстах англomовної преси // Науковий вісник ХДУ. Серія : Перекладознавство і міжкультурна комунікація. Херсон, 2018. Вип. 3. С.117-121.
39. Приходько Є. С., Кузнецова І. В. Особливості перекладу англійських семантичних неологізмів // Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Серія: Філологія. Одеса, 2016. (Вип. 25). Том 2. С. 186-189.
40. Приходько Є. С., Кузнецова І. В. Метафори-неологізми як відображення мовної картини світу у текстах англomовної преси // Тиждень науки :

- щоріч. наук.-практ. конф., 16-20 квітня 2018 р.: тези доп. / Редкол. : В.В. Наумик (відпов. ред.). Електрон. дані. Запоріжжя : ЗНТУ, 2018. С. 1598 –1600.
- 41.Реформатский А. А. Введение в языковедение / А.А. Реформатский. - М.: Наука, 1967. – 536 с.
 - 42.Розен Е. В. На пороге XXI века. Новые слова и словосочетания в немецком языке /Е.В. Розен. – М. : Менеджер, 2000. – 192 с.
 - 43.Сенько Е. В. Теоретические основы неологии / Е.В. Сенько. – Владикавказ: ВИД, 2001.- 235 с.
 - 44.Словарь иностранных слов. - М.: Наука, 1979. - 670 с.
 - 45.Советский энциклопедический словарь / Под ред. А.М. Прохорова. - М., 1982. – 1437 с.
 - 46.Тесла, Е.А. Английские неологизмы и способы их перевода на русский язык [Электронный ресурс] / Е.А. Тесла // НаучФорум. – Режим доступа : <http://nauchforum.ru/node/2758>
 - 47.Шанский Н. М. Лексикология современного русского языка / Н.М. Шанский. - М.: Наука, 1972. - 230 с.
 - 48.Шкуліпа Ю.С. Основні способи перекладу неологізмів публіцистичного стилю з англійської мови українською / Ю.С. Шкуліпа // Актуальні проблеми філології. Матеріали V Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 22-23 вересня 2017 року). – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2017. – С. 91-93.
 - 49.Юмшанова Е. В. Принципы отбора и лексикографической обработки неологизмов в словарях новых слов английского языка: Дис. ... канд. филол. наук : 10.02.04. – Иваново, 1999. – 146с. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.dslib.net/>
 - 50.Языковая номинация/ Виды наименований. М.: Наука, 1977. – С. 222.
 - 51.Яшина О. М. Процеси неологізації у словниковому складі англійської мови XIX століття (на матеріалі прозових літературних творів) : дис. ... канд. філол. наук : [спец.] 10.02.04. Київ, 2017. 200 с.

52. Adams V. An Introduction to Modern English Word-Formation // English Language Series. London : Longman, 1976. №7. P. 224-230.
53. Algeo J., Algeo A. Among the New Words // American Speech. Vol. 68, No. 2. New York, 1993. p. 363-376.
54. American Heritage Dictionary <https://www.ahdictionary.com/word/search.html?q=online>.
55. Barrett G. What Is a Word? :електронна версія. 2017. 382 p. URL: <http://www.doubletongued.org> (дата звернення 03.03.2019).
56. BBC News : електронна версія. URL: <https://www.bbc.com/news> (дата звернення 03.03.2019)
57. Cannon G. Viability. The Death of Recent New Items in English / G. Cannon II Word. – 1987. – № 38. – 155-172 p.
58. Chetwynd J. The Field Guide to Sports Metaphors : A Compendium of Competitive Words and Idioms. Berkeley : Ten Speed Press, 2016. 224 p.
59. Eubanks P. The Story of Conceptual Metaphor : What Motivates Metaphoric Mappings // Poetics Today. Vol. 20. No 3. Durham : Duke University Press, 1999. 578 p.
60. Farnsworth W. Farnsworth's Classical English Metaphor. Boston : Godine Publisher, 2016. 256 p.
61. Fludernik M., Freeman D. C., Freeman M. H. Metaphor and Beyond : An Introduction // Poetics Today. Vol. 20. No 3. Durham : Duke University Press, 1999. 487 p.
62. Gibbs R. W. When Is Metaphor? The Idea of Understanding in Theories of Metaphor // Poetics Today. Vol. 13. No 4. Durham : Duke University Press, 1992. 763 p.
63. Grothe M. Metaphors Be With You: An A to Z Dictionary of History's Greatest Metaphorical Quotations. New York : Harper , 2016. 528 p.
64. Lakoff G. Metaphors We Live By. London : The University of Chicago Press, 2003. 276, p. 119.

65. Lakoff G. The Contemporary Theory of Metaphor. Cambridge : CUP, 1992. 265 p.
66. Ludewig M. Czech ombudsman and ex-minister Otakar Motejl dies at 77 [Електронний ресурс] / M. Ludewig // The Earth Times. – 09 May 2010. – Режим доступу: <http://www.earthtimes.org/articles/show/322773,czech-ombudsman-and-ex-minister-otakarmotejl-dies-at-77.html>.
67. Leech G. Semantics. London : Penguin Books, 1990. 486 p. 81. Lewis R. D. When cultures collide : managing successfully across cultures. London : Nicholas Brealey Publishing Limited, 1996. 429 p.
68. Longman Dictionary of Contemporary English. 3rd ed. with New Words Supplement. Harlow, Essex : Longman, 2001. 1668 p.
69. Longman English Dictionary: електронна версія. URL: <https://www.ldoceonline.com> (дата звернення 01.09.2018).
70. Lytvyn A. A. Cognitive Stereotypes and Metaphorical Objectivisation of the Concept // The Third International Congress on Social Sciences and Humanities. Proceedings of the Congress. Vienna : «East West» Association for Advanced Studies, 2014 P. 58-63.
71. MacCormac E. R. A Cognitive Theory of Metaphor. Cambridge, MA : MIT Press, 1985. 254 p.
72. MacMillan English Dictionary for Advanced Learners. Macmillan Publishers Limited. 2002. 1692 p.
73. Meltzoff A. N. What Imitation Tells Us about Social Cognition : A Rapprochement between Developmental Psychology and Cognitive Neuroscience // The Philosophical Transactions of the Royal Society. 2003. 695 p.
74. Newmark P. A Textbook of Translation. Harlow : Pearson Education Limited, 2008. 292 p.
75. Newmark P. Modern English Words and Phrases. Shanghai : Shanghai Foreign Education Press, 2009. 264 p.

76. Rosen D. H., Cohen M. Metaphor: Its Therapeutic Use and Construction : A Professional Guide to Using Metaphor in Psychotherapy and Counseling. Oregon : Wipf and Stock Publishers, 2018. 102 p.
77. Rey A. A mots découverts / A. Rey. – Paris: Laffont, 2006. – 462 p.